

**PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
(*CSR*) TERHADAP PROFITABILITAS PADA PERUSAHAAN *HIGH*
PROFILE YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2009-2011**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi**



Oleh:

FELYNA PRIYANKA

09412141007

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
JURUSAN PENDIDIKAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2013**

**PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
(CSR) TERHADAP PROFITABILITAS PADA PERUSAHAAN *HIGH*
PROFILE YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2009-2011**

SKRIPSI

Oleh:

FELYN PRIYANKA

09412141007



Telah disetujui dan disahkan

Pada tanggal 11 April 2013

Untuk dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi

Program Studi Akuntansi

Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Yogyakarta

Disetujui

Dosen Pembimbing



Sukirno, M.Si., Ph.D.

NIP. 19690414 199403 1 002

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul

“PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)* TERHADAP PROFITABILITAS PADA PERUSAHAAN *HIGH PROFILE* YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2009-2011”



yang disusun oleh:

FELYNA PRIYANKA

NIM 09412141007

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 23 April 2013 dan dinyatakan lulus

DEWAN PENGUJI

Nama	Kedudukan	Tanda Tangan	Tanggal
Abdullah Taman, S.E., Ak., M.Si.	Ketua Penguji		14/5 2013
Sukirno, M.Si., Ph.D.	Sekretaris		14/5 2013
Dra. Isroah, M.Si.	Penguji Utama		10/5 2013

Yogyakarta, Mei 2013

Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Yogyakarta

Dekan



Dr. Sugiharsono, M.Si

NIP. 19550328 198303 1 002

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Felyna Priyanka
NIM : 09412141007
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi
Judul Tugas Akhir : “Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan *High Profile* yang Terdaftar di BEI Periode 2009-2011”

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang benar.

Demikian, pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak ada paksaan.

Yogyakarta, 10 April 2013

Penulis,

Felyna Priyanka

NIM. 09412141007

MOTTO

“Aku tidak punya bakat khusus, aku hanyalah orang yang penasaran” (Albert Einstein).

“Where is a will where is away”.

“Ketika kamu merasa hidupmu terlalu berat, sudahkah kamu bersyukur atas nafasmu hari ini? sudahkah kamu senyum atas indahnya pagi?” (penulis).

PERSEMBAHAN

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Kuasa, karya sederhana ini penulis persembahkan untuk:

1. Ibu dan Bapakku yang senantiasa mengiringi langkahku dengan segala daya dan doa.
2. Kakak-kakakku Mba Emi, Mas Wawan, Mas Andi, Mas Deni dan Mba Elin yang senantiasa memberikan motivasi.
3. Sahabat terbaik Puji, Farah, Rahma, Winda, Nia, Nunki, Bio, Ika dan Abi yang selalu bersama memberikan semangat.
4. Pengurus dan Pengawas Kopma UNY 2012-2013 Agil, Ike, Anggun, Kiki, Mba Dewi, Ali, Hendri, Nurmi dan Budi yang senantiasa berbagi ilmu dan pengalaman.
5. Teman-teman Akuntansi angkatan 2009 kelas A dan kelas B.
6. Teman-teman Himpunan Mahasiswa Akuntansi.
7. Teman-teman KKN 2 Bendungan Kulonprogo 2012.

**PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
(CSR) TERHADAP PROFITABILITAS PADA PERUSAHAAN *HIGH*
PROFILE YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2009-2011**

Oleh
Felyna Priyanka
09412141007

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh pengungkapan *corporate sosial responsibility* (CSR) terhadap *return on equity* (ROE), (2) pengaruh pengungkapan *corporate sosial responsibility* (CSR) terhadap *return on asset* (ROA), (3) pengaruh pengungkapan *corporate sosial responsibility* (CSR) terhadap *earning per share* (EPS) dan (4) pengaruh pengungkapan *corporate sosial responsibility* (CSR) terhadap *net profit margin* (NPM) pada perusahaan *high profile* yang terdaftar di BEI periode 2009-2011.

Penelitian ini adalah penelitian kausal komparatif dengan tipe *ex post facto* yang dilakukan pada perusahaan berkategori *high profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2011. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumentasi laporan keuangan dan laporan keberlanjutan yang dikeluarkan perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan berkategori *high profile* yang terdaftar di BEI periode 2009-2011. Metode pengambilan sampel dengan *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi linear sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) pengungkapan *corporate sosial responsibility* (CSR) tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap ROE perusahaan *high profile* yang terdaftar di BEI periode 2009-2011 dengan nilai t hitung 0,148 pada tingkat signifikansi 0,863, (2) pengungkapan *corporate sosial responsibility* (CSR) tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap ROA perusahaan *high profile* yang terdaftar di BEI periode 2009-2011 dengan nilai t hitung 0,648 pada tingkat signifikansi 0,519, (3) pengungkapan *corporate sosial responsibility* (CSR) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap EPS perusahaan *high profile* yang terdaftar di BEI periode 2009-2011 dengan nilai t hitung 44,318 pada tingkat signifikansi 0,000, (4) pengungkapan *corporate sosial responsibility* (CSR) tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap NPM perusahaan *high profile* yang terdaftar di BEI periode 2009-2011 dengan nilai t hitung 1,163 pada tingkat signifikansi 0,248.

Kata Kunci : CSR, Profitabilitas, Perusahaan *High Profile*.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas segala limpahan, rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan *High Profile* yang Terdaftar di BEI Periode 2009-2011” dengan lancar. Penulis menyadari sepenuhnya, tanpa bimbingan dari berbagai pihak, tugas akhir skripsi ini tidak akan dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang tulus kepada :

1. Prof. Dr. Rochmat Wahab, M.Pd.,M.A. Rektor Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Dr. Sugiharsono, M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan izin penelitian untuk penyusunan skripsi.
3. Sukirno, M.Si.,Ph.D., Kepala Jurusan Pendidikan Akuntansi dan sekaligus sebagai Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan selama penyusunan skripsi.
4. Dyah Setyorini, M.Si.,Ak., Kepala Program Studi Akuntansi.
5. Dra. Sumarsih, Pembimbing Akademik yang telah sabar memberikan arahan, masukan selama penulis menuntut ilmu.
6. Dra. Isroah, M.Si., Dosen Nara Sumber yang telah memberikan saran dan pengarahan selama penyusunan skripsi.

7. Segenap pengajar Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta yang telah memberikan penagajaran, ilmu pengetahuan dan pengalaman selama penulis menimba ilmu.

Semoga semua amal baik mereka dicatat sebagai amalan yang baik oleh Allah SWT, Amin. Akhimya harapan peneliti mudah-mudahan apa yang terkandung dalam penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak lain.

Yogyakarta, 10 April 2013

Penulis,

Felyna Priyanka

09412141007

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Pembatasan Masalah	10
D. Rumusan Masalah	11
E. Tujuan Penelitian	12
F. Manfaat Penelitian	12
BAB II. KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	15
A. Kajian Teori	15
1. Profitabilitas	15

a. Pengertian Profitabilitas	15
b. Macam-macam Rasio Profitabilitas	16
2. <i>Corporate Social Responsibility</i>	20
a. Pengertian <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	20
b. Latar Belakang <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	21
c. Kelemahan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	22
d. Pentingnya <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	23
e. Konsep <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	23
f. Prinsip-prinsip <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	24
g. Pendekatan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	24
h. Manfaat <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	25
i. Permasalahan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	26
j. Landasan Teori <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	26
k. Pelaporan dan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	33
l. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	35
3. Laporan Tahunan	36
a. Pengertian Laporan Tahunan	36
b. Pengertian Laporan Keuangan	37
c. Tujuan Laporan Keuangan	37
d. Karakteristik Laporan Keuangan	38
e. Komponen Laporan Keuangan	40

4. Perusahaan <i>High Profile</i>	40
B. Penelitian yang Relevan	41
C. Kerangka Berfikir	44
D. Paradigma Penelitian	45
E. Hipotesis	46
BAB III. METODE PENELITIAN	48
A. Tempat dan Waktu Penelitian	48
B. Jenis Penelitian	48
C. Populasi dan Sampel	49
D. Definisi Operasional Variabel Penelitian	50
E. Teknik Pengumpulan Data	53
F. Teknik Analisis Data	54
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	63
A. Deskripsi Data	63
B. Analisis Deskriptif	64
C. Analisis Inferensial	69
1. Uji Asumsi	69
a. Uji Normalitas	69
b. Uji Linearitas	71
c. Uji Heteroskedastisitas	72
d. Uji Autokorelasi	75
2. Uji Hipotesis	78
a. Pengujian Regresi	78

b. Menguji Signifikansi Dengan Uji t	82
D. Pembahasan	83
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	88
A. Kesimpulan	88
B. Keterbatasan Penelitian	89
C. Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	96

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Pemilihan Populasi dan Sampel	63
2. Deskripsi Variabel <i>Return on Equity (ROE)</i>	65
3. Deskripsi Variabel <i>Return on Asset (ROA)</i>	66
4. Deskripsi Variabel <i>Earning per Share (EPS)</i>	67
5. Deskripsi Variabel <i>Net Profit Margin (NPM)</i>	68
6. Deskripsi Variabel <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	69
7. Hasil Uji Normalitas.....	70
8. Hasil Uji Normalitas Dengan 84 Sampel Setelah Dilogaritma	
Natural (LN)	71
9. Hasil Uji Linearitas	71
10. Hasil Uji Heteroskedastisitas	72
11. Hasil Uji Heteroskedastisitas Variabel Baru	73
12. Pengambilan Keputusan Ada Tidaknya Autokorelasi	76
13. Uji Autokorelasi	76
14. Nilai ρ Untuk Masing-Masing Keterangan	77
15. Perhitungan Variabel Baru Untuk Uji Autokorelasi	77
16. Uji Autokorelasi	77
17. Hasil Analisis Regresi Sederhana	78
18. Hasil Uji t	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Paradigma Penelitian	46
2. Grafik Plot Uji Heteroskedastisitas CSR terhadap ROE	74
3. Grafik Plot Uji Heteroskedastisitas CSR terhadap ROA	74
4. Grafik Plot Uji Heteroskedastisitas CSR terhadap EPS	74
5. Grafik Plot Uji Heteroskedastisitas CSR terhadap NPM	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Indikator <i>Global Reporting Initiative (GRI)</i>	96
2. Populasi Penelitian	103
3. Sampel Penelitian	106
4. Data Penelitian	107
5. Deskriptif Statistik	128
6. Uji Normalitas	131
7. Uji Linearitas	129
8. Uji Heteroskedastisitas	131
9. Uji Autokorelasi	135
10. Uji Regresi	140

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seorang investor sebelum melakukan investasi pada suatu perusahaan, perlu memastikan modal yang ditanamkan mampu memberikan tingkat pengembalian (*rate of return*) yang diharapkan atau tidak, yaitu dengan cara mengetahui kinerja perusahaan. Perusahaan memiliki kinerja yang baik apabila dapat memberikan tingkat pengembalian yang diharapkan pada kegiatan investasi yang dilakukan investor. Salah satu cara mengetahui kinerja perusahaan adalah dengan menganalisis rasio profitabilitas perusahaan untuk mengendalikan laba yang diperoleh perusahaan (Freddy Rangkuti, 2005: 148).

Profitabilitas merupakan faktor yang mendapat perhatian penting karena untuk dapat melangsungkan hidup suatu perusahaan harus berada dalam kondisi yang menguntungkan agar investor yang sudah menanamkan modalnya di perusahaan tersebut tidak menarik modalnya kembali dan investor yang belum menanamkan modal pada perusahaan akan tertarik untuk menanamkan modalnya pada perusahaan yang bersangkutan. Dalam Wild J. John, K.R. Subramanyam dan Halsey F. Robert (2005: 109), analisis profitabilitas memungkinkan untuk mengestimasi pengembalian dan karakteristik risiko perusahaan dengan lebih baik serta membedakan antara kinerja yang terkait dengan keputusan pendanaan dan investasi.

Akuntansi sebagai bagian tak terpisahkan dari perusahaan. Karena akuntansi mengukur kinerja perusahaan dalam hal *financial*. Namun, laba yang besar yang menjadi ukuran kinerja perusahaan tidak hanya menjadi satu-satunya tujuan perusahaan. Perusahaan juga harus memperhatikan keadaan sosial di sekitarnya sehingga selain perusahaan akan memperoleh laba yang maksimal dari kegiatan usaha, perusahaan juga memiliki pencitraan yang baik dari masyarakat karena tanggung jawab sosial kepada masyarakat dan lingkungan yang baik pula.

Perusahaan memiliki kegiatan utama menjalankan usaha dengan tujuan mendapatkan keuntungan dari kegiatan usaha yang dijalankan. Namun, seiring dengan perkembangan zaman dan ilmu pengetahuan manusia, tidak hanya keuntungan secara *financial* saja yang perlu mendapat sorotan dalam perusahaan, melainkan hal-hal yang berhubungan dengan kegiatan usaha juga perlu mendapat sorotan. Hal ini sesuai dengan pendapat Barbara Gunawan dan Suharti Sri Utami (2008: 174) yakni suatu perusahaan mempunyai beberapa kewajiban yang harus senantiasa dipenuhi, kewajiban tersebut tidak hanya pada pemegang saham namun juga terhadap pihak lain termasuk masyarakat.

Perusahaan memiliki hubungan dengan lingkungan alam dan masyarakat karena mendapatkan pengaruh dari kegiatan operasional perusahaan. Kegiatan usaha yang dijalankan perusahaan pasti akan berinteraksi secara langsung kepada kedua hal ini. Kegiatan usaha pada perusahaan akan mempengaruhi lingkungan tempat dimana perusahaan ini

beroperasi. Misalnya lingkungan yang berubah karena adanya kegiatan usaha di pabrik. Sebelum dijalankannya kegiatan usaha, lingkungan alam yang masih belum tercemar akan berubah menjadi tercemar karena adanya kegiatan usaha perusahaan. Dari segi masyarakat, dengan adanya kegiatan usaha perusahaan dapat merubah kehidupan masyarakat dalam hal ekonomi dan sosial. Misalnya sebelum adanya perusahaan yang berdiri di lokasi masyarakat, kegiatan pertanian dan peternakan masih berjalan dengan baik namun setelah berdirinya perusahaan kehidupan masyarakat bisa berubah karena perubahan lingkungan dan kondisi alam yang tidak subur sebelum didirikannya perusahaan. Hal ini merupakan sebagian contoh pengaruh kegiatan operasional perusahaan terhadap lingkungan alam dan masyarakat sekitar.

Suatu perusahaan memiliki beberapa kewajiban yang harus senantiasa dipenuhi. Kewajiban perusahaan tidak hanya pada pemegang saham yang sudah menanamkan modalnya pada perusahaan bila perusahaan itu berbentuk perseroan terbatas namun juga kepada masyarakat. Karena kegiatan usaha yang dilakukan oleh perusahaan akan mempengaruhi kehidupan masyarakat sekitar perusahaan. Menurut Suwaldiman (2000: 67) “berdasarkan karakteristik sistem perekonomian Indonesia, ada 3 kelompok pihak yang berkepentingan terhadap pertanggungjawaban manajemen atas pengelolaan perusahaan, yaitu investor dan kreditor, pemerintah dan masyarakat umum”. Nurmansyah (2006: 87) berpendapat bahwa meskipun tujuan utama perusahaan adalah mencari keuntungan sebesar-besarnya, sebuah perusahaan

tidak dapat dilepaskan dari masyarakat. Terutama pada masa sekarang, banyak kejadian yang ditimbulkan perusahaan dari kegiatan bisnisnya yang merugikan masyarakat. Seperti peristiwa lumpur panas PT Lapindo Brantas di Sidoarjo yang masih belum selesai sampai sekarang dan sangat merugikan masyarakat sekitar perusahaan yang menjadi korban. Dan masih banyak kasus dari kegiatan usaha yang dilakukan seperti pabrik yang tidak mengelola limbah sehingga mencermari lingkungan sekitar perusahaan yang merugikan kehidupan sehari-hari masyarakat disekitarnya.

Tanggung jawab perusahaan dalam hal lingkungan dan masyarakat inilah yang dinamakan dengan tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility (CSR)*. CSR yang dilakukan perusahaan bertujuan untuk mengembalikan dan menyeimbangkan apa yang sudah dilakukan perusahaan yang berdampak negatif terhadap lingkungan dan masyarakat. Dengan lebih banyak memberikan perhatian kepada lingkungan sekitar, perusahaan dapat ikut berpartisipasi dalam usaha-usaha pelestarian lingkungan demi terpeliharanya kualitas kehidupan umat manusia dalam jangka panjang. Dengan menjalankan tanggung jawab sosial, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek, namun juga ikut berkontribusi bagi peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitar dalam jangka panjang.

Menurut Fr. Reni Retno Anggraini (2006: 2), tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel serta tata kelola perusahaan yang semakin bagus (*good corporate*

governance) semakin memaksa perusahaan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya. Owen (2005) dalam Fr. Reni Retno Anggraini (2006: 3), mengatakan bahwa kasus Enron di Amerika telah menyebabkan perusahaan-perusahaan lebih memberikan perhatian yang besar terhadap pelaporan sustainabilitas dan pertanggungjawaban sosial perusahaan. Isu-isu yang berkaitan dengan reputasi, manajemen risiko dan keunggulan kompetitif nampak menjadi kekuatan yang mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan informasi sosial. Dari hasil studi literatur yang dilakukan oleh Finch (2005: 19) menunjukkan bahwa motivasi perusahaan untuk melakukan pengungkapan sosial lebih banyak dipengaruhi oleh usaha untuk mengkomunikasikan kepada *stakeholder* mengenai kinerja manajemen dalam mencapai manfaat bagi perusahaan dalam jangka panjang.

Corporate Social Responsibility (CSR) dapat dijalankan melalui “*The Triple Bottom Line*”. Konsep tersebut mengakui jika perusahaan ingin *sustain* maka perlu memperhatikan 3P yaitu memberikan laba yang menguntungkan perusahaan (*profit*), memberikan kontribusi positif kepada masyarakat (*people*) dan ikut serta dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*). Kontribusi positif yang dilakukan kepada masyarakat dapat berupa penekanan pada pembangunan sosial dan pembangunan kapasitas masyarakat sehingga dapat menggali potensi masyarakat yang berada di sekitar lingkungan perusahaan untuk maju dan berkembang, dapat menciptakan peluang-peluang sosial ekonomi masyarakat juga menyerap tenaga kerja dengan kualifikasi yang diinginkan. Selain itu, *trust* (rasa percaya) dan *sense of belonging* (rasa

memiliki) akan terbentuk dari masyarakat sehingga masyarakat merasakan adanya manfaat atas kehadiran perusahaan.

Perusahaan yang memiliki kegiatan usaha yang tinggi dan beresiko terhadap lingkungan sudah seharusnya menerapkan komitmen CSR karena berkaitan dengan kelangsungan hidup masyarakat sekitar perusahaan. Eipstein, Marc J. & Martin, Freedman (1994: 95) mengemukakan bahwa investor individual tertarik terhadap informasi sosial yang dilaporkan dalam laporan keuangan. Informasi tersebut berupa keamanan dan kualitas produk serta aktivitas lingkungan. Selain itu mereka menginginkan informasi mengenai etika, hubungan dengan karyawan dan masyarakat. Hal ini menunjukkan pentingnya pengungkapan CSR terhadap perusahaan.

Namun pada kenyataannya belum semua perusahaan di Indonesia mengimplementasikan tanggung jawab sosial perusahaan dengan baik dan wajar. Hal ini bisa dilihat dengan masih banyaknya perusahaan yang mengalami konflik dan masalah seperti demonstrasi dan protes yang menyiratkan ketidakpuasan beberapa elemen *stakeholder* pada manajemen perusahaan. Hal ini disebabkan masih lemahnya penegakan peraturan tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No 1 (revisi 2009) paragraf 12, perusahaan masih bersifat sukarela dalam mengungkapkan CSR kepada publik melalui laporan tahunan perusahaan. Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 (revisi 2009) paragraf 12 tidak menyatakan secara tegas kewajiban mengungkapkan laporan tanggungjawab sosial perusahaan, yakni :

Entitas dapat pula menyajikan, terpisah dari laporan keuangan, laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap karyawan sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting. Laporan tambahan tersebut di luar ruang lingkup Standar Akuntansi Keuangan.

Dari pernyataan standar akuntansi keuangan di atas, menjelaskan bahwa perusahaan belum diwajibkan dalam menyampaikan pengungkapan CSR sehingga dalam prakteknya sekarang, pengungkapan CSR masih bersifat *voluntary* (sukarela). Menurut Fr. Reni Retno Anggraini (2006: 175), perusahaan akan mempertimbangkan biaya dan manfaat yang akan diperoleh ketika mereka memutuskan untuk mengungkapkan informasi sosial.

Namun ada pula peraturan pemerintah sudah mulai menunjukkan kepedulian terhadap masalah-masalah sosial yang ditimbulkan perusahaan. peraturan ini terdapat dalam Undang-Undang RI No 40 tahun 2007 pasal 74 tentang “Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan” yang berisi :

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.
2. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajaran.
3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenakan sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
4. Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Keengganan perusahaan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan dikarenakan faktor biaya, karena biaya yang dikeluarkan untuk

kegiatan CSR cukup besar. Meskipun nantinya perusahaan akan mendapatkan pencitraan yang baik dari masyarakat dan investor baik yang sudah menanamkan modalnya pada perusahaan maupun yang hendak menanamkan modalnya pada perusahaan. Maka dari itu, manajemen biaya yang dilakukan perusahaan sangatlah diperlukan agar perusahaan bisa mendapatkan pencitraan yang baik dari *stakeholder* dan tidak mengganggu kinerja keuangan perusahaan yang berpengaruh pada profitabilitas perusahaan.

Pengaruh CSR dengan kinerja perusahaan telah diteliti oleh Danu Candra Indrawan (2011) yang menganalisis pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan dan kinerja pasar perusahaan. Kesimpulan dari penelitian ini mengindikasikan bahwa *corporate social responsibility* memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan dan pengaruh dalam kinerja pasar perusahaan. Penelitian yang dilakukan Barbara Gunawan dan Suharti Sri Utami (2008) dengan tentang peranan *corporate social responsibility* dalam nilai perusahaan menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* memiliki implikasi positif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan beberapa penelitian yang pernah dilakukan, penelitian kali ini bermaksud menguji pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap profitabilitas perusahaan pada perusahaan *high profile* yang terdaftar di BEI periode 2009-2011. Alasan menggunakan subjek penelitian perusahaan *high profile* karena perusahaan yang masuk dalam kategori *high profile* akan memberikan informasi sosial yang lebih banyak.

Industri *high profile* adalah industri yang memiliki visibilitas konsumen, resiko politis yang tinggi atau menghadapi persaingan yang tinggi (Hackston&Milne, 1996: 87). Industri *high profile* umumnya merupakan industri yang memperoleh sorotan dari masyarakat karena aktivitas operasinya memiliki potensi bersinggungan dengan kepentingan luas (*stakeholder*). Adapun perusahaan yang tergolong dalam perusahaan *high profile* pada umumnya mempunyai sifat: memiliki jumlah tenaga kerja yang besar, dalam proses produksinya mengeluarkan residu, seperti limbah cair dan polusi udara (Nisya Nur Ayuna, 2008). Perusahaan *high profile* merupakan perusahaan yang bergerak di bidang perminyakan dan pertambangan, kimia, hutan, kertas, otomotif, agrobisnis, tembakau dan rokok, makanan dan minuman, media dan komunikasi, kesehatan, transportasi, dan pariwisata. Perusahaan yang bergerak di bidang tersebut diyakini mendapatkan sorotan publik yang cukup besar (Eddy Rismanda Sembiring, 2005: 5).

Dari latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka dengan ini, peneliti berusaha untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan *High Profile* Yang Terdaftar Di BEI Periode 2009-2011”**.

B. Identifikasi Masalah

1. Pembiayaan kegiatan CSR mempengaruhi rasio profitabilitas karena berpengaruh pada laba.

2. Pengembalian ekuitas atau *return on equity (ROE)* yang rendah dapat menurunkan citra perusahaan oleh investor.
3. Pengembalian aktiva dalam aktivitas operasi perusahaan atau *return on asset (ROA)* yang rendah dapat menurunkan citra perusahaan oleh investor karena menunjukkan perusahaan dalam kondisi negatif atau rugi.
4. Rendahnya laba per lembar saham (*earnings per share*) dapat menurunkan citra perusahaan oleh investor karena modal yang ditanamkan investor tidak sesuai dengan pengembalian yang diharapkan.
5. Rendahnya *net profit margin (NPM)* dapat menurunkan citra perusahaan oleh investor karena rendahnya laba yang diperoleh perusahaan.
6. Kurang tegasnya peraturan mengenai pengungkapan CSR.
7. Kegiatan CSR menjadi pengeluaran bagi perusahaan.
8. Belum semua perusahaan di Indonesia melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan.

C. Pembatasan Masalah

1. Periode yang digunakan dalam penelitian ini adalah 2009-2011 karena merupakan tahun *terupdate* sebelum tahun 2012.
2. Perusahaan yang dijadikan subjek penelitian adalah perusahaan *high profile* yang terdapat di Bursa Efek Indonesia karena merupakan perusahaan yang memperoleh sorotan masyarakat dari aktifitas operasionalnya yang memiliki potensi untuk bersinggungan dengan kepentingan luas.

3. Variabel independen dalam penelitian ini adalah pengungkapan *corporate social responsibility* sedangkan variabel dependennya adalah profitabilitas yang meliputi *return of equity (ROE)*, *return of asset (ROA)*, laba per lembar saham/ *earning per share (EPS)* dan *net profit margin (NPM)*. Hal ini karena pengungkapan CSR akan mempengaruhi profitabilitas. Rasio profitabilitas yang digunakan adalah ROA, ROE, EPS dan NPM karena hubungannya dengan pengembalian yang diharapkan.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang masalah, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* terhadap *return on equity (ROE)* pada perusahaan *high profile* yang terdaftar di BEI periode 2009-2011?
2. Bagaimanakah pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* terhadap *return on asset (ROA)* pada perusahaan *high profile* yang terdaftar di BEI periode 2009-2011?
3. Bagaimanakah pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* terhadap *earning per share (EPS)* pada perusahaan *high profile* yang terdaftar di BEI periode 2009-2011?

4. Bagaimanakah pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap *net profit margin* (NPM) pada perusahaan *high profile* yang terdaftar di BEI periode 2009-2011?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap *return on equity* (ROE) pada perusahaan *high profile* yang terdaftar di BEI periode 2009-2011.
2. Mengetahui pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap *return on asset* (ROA) pada perusahaan *high profile* yang terdaftar di BEI periode 2009-2011.
3. Mengetahui pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap *earning per share* (EPS) pada perusahaan *high profile* yang terdaftar di BEI periode 2009-2011.
4. Mengetahui pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap *net profit margin* (NPM) pada perusahaan *high profile* yang terdaftar di BEI periode 2009-2011.

F. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, manfaat yang diperoleh antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat khususnya bagi pengembangan ilmu pengetahuan sebagai sumber bacaan atau referensi yang dapat memberikan informasi teoritis dan empiris pada pihak-pihak yang akan melakukan penelitian lebih lanjut mengenai permasalahan ini serta menambah sumber pustaka yang telah ada.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Memberikan informasi mengenai keefektifan CSR dalam laporan tahunan perusahaan dan kontribusi yang nyata yang bisa dirasakan masyarakat pada khususnya dan *stakeholder* pada umumnya.

Informasi keefektifan CSR ini juga sebagai pengukuran kinerja perusahaan agar dapat menarik calon investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan dan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan perusahaan.

b. Bagi Investor dan Calon Investor

Memberikan informasi kepada investor dan calon investor sebagai pertimbangan untuk menanamkan modalnya pada perusahaan dengan pertimbangan kinerja perusahaan sehingga dana yang diinvestasikan akan memberikan pengembalian yang diharapkan dan meminimalkan resiko yang ditimbulkan dari investasi.

c. Bagi Masyarakat

Memberikan wawasan tentang penerapan tanggungjawab sosial perusahaan sehingga bisa menilai perusahaan yang peduli dengan tanggung jawab sosialnya.

d. Bagi Penulis

Penelitian ini bermanfaat untuk penerapan ilmu yang sudah didapatkan dalam bangku kuliah dan diaplikasikan dalam penelitian yang memiliki kaidah penulisan ilmiah serta menambah pengalaman dan pengetahuan di bidang *corporate social responsibility* dan profitabilitas.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

A. Kajian Teori

1. Profitabilitas

a. Pengertian Profitabilitas

Menurut Agus Sartono (1998: 30), profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri. Rasio profitabilitas mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Profitabilitas merupakan faktor yang seharusnya mendapat perhatian penting karena untuk dapat melangsungkan hidupnya, suatu perusahaan harus berada dalam keadaan yang menguntungkan (*profitable*). Tanpa adanya keuntungan (*profit*), maka akan sulit bagi perusahaan untuk menarik modal dari luar. Dalam melakukan analisis perusahaan, di samping melihat laporan keuangan perusahaan, juga bisa dilakukan dengan menggunakan analisis rasio keuangan.

Rasio profitabilitas mengukur efektifitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba.

Analisis profitabilitas lebih dari ukuran akuntansi seperti penjualan, harga pokok penjualan serta beban operasi dan beban nonoperasi untuk menilai sumber, daya tahan, pengukuran dan hubungan ekonomi utamanya. Hasil penilaian ini dapat mengestimasi pengembalian dan karakteristik risiko perusahaan dengan lebih baik. Analisis profitabilitas juga memungkinkan untuk membedakan antara kinerja yang terkait dengan keputusan operasi dan kinerja terkait dengan keputusan pendanaan dan investasi (Wild J. John, K.R. Subramanyam & Hasley F. Robert, 2005 : 109).

b. Macam-macam Rasio Profitabilitas

Macam-macam rasio profitabilitas diantaranya :

1) Return on Equity (ROE)

ROE adalah tingkat pengembalian ekuitas dari aktifitas investasi dan penjualan yang dilakukan. ROE mengukur pengembalian absolut yang akan diberikan perusahaan kepada para pemegang saham. Angka ROE yang tinggi akan membawa keberhasilan bagi perusahaan yang mengakibatkan tingginya harga saham dan membuat perusahaan dapat dengan mudah menarik dana baru. Hal ini juga akan memungkinkan perusahaan untuk berkembang, menciptakan kondisi pasar yang sesuai dan nantinya akan memberikan laba yang lebih besar dan seterusnya. Semua hal tersebut dapat menciptakan nilai yang tinggi dan pertumbuhan yang berkelanjutan atas kekayaan pemiliknya (Walsh, Ciaran, 2003:56).

ROE setiap perusahaan harus dibandingkan dengan ROE perusahaan sejenis lainnya atau dengan rata-rata industri. Tujuannya adalah untuk melihat kekuatan perusahaan tersebut dalam menciptakan daya tarik investasi di masa yang akan datang (Freddy Rangkuti, 2005: 155)

Rumus untuk menghitung ROE (Freddy Rangkuti, 2005: 154) :

$$ROE = \frac{\text{Profit After Tax}}{\text{Net Worth}}$$

Profit after tax adalah laba bersih setelah pajak dan *net worth* adalah ekuitas saham biasa.

2) *Return on Assets (ROA)*

ROA adalah salah satu rasio profitabilitas untuk mengukur kemampuan perusahaan atas keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktifitas yang digunakan untuk aktifitas operasi perusahaan dengan tujuan menghasilkan laba dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya. Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan atas keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktifitas yang digunakan untuk aktifitas operasi perusahaan dengan tujuan menghasilkan laba dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya (Ang, Robert 2007: 29).

Keunggulan *return on asset* adalah (Munawir, 2006: 91):

- a) ROA dapat mengukur efisiensi penggunaan modal yang menyeluruh yang sensitif terhadap setiap hal yang mempengaruhi keadaan keuangan perusahaan.
- b) ROA dapat mempertimbangkan posisi perusahaan dengan rasio industri sehingga dapat diketahui apakah perusahaan berada di bawah, sama atau di atas rata-rata industri. Hal ini merupakan salah satu langkah dalam perencanaan strategi.

- c) ROA dapat digunakan untuk mengukur profitabilitas dari masing-masing produk yang dihasilkan perusahaan.
- d) ROA dapat digunakan untuk mengukur efisiensi tindakan-tindakan yang dilakukan oleh setiap divisinya dan pemanfaatan akuntansi divisinya.
- e) Selain berguna untuk kepentingan kontrol, ROA juga berguna untuk kepentingan perencanaan.

Kelemahan *return on asset* adalah (Munawir, 2006: 94):

1. ROA sebagai pengukur divisi sangat dipengaruhi oleh metode depresiasi aktiva tetap.
2. ROA mengandung distorsi yang cukup besar terutama dalam kondisi inflasi. ROA akan cenderung tinggi akibat penyesuaian (kenaikan) harga jual, sementara itu beberapa komponen biaya masih dinilai dengan harga distorsi.

Rumus untuk menghitung ROA (Brigham dan Houston, 2006: 109):

$$\text{ROA} = \frac{\text{laba bersih yang tersedia bagi pemegang saham biasa}}{\text{Total Aktiva}}$$

Laba bersih yang dimaksud adalah laba bersih setelah pajak.

3) *Earning per Share (EPS)*

Earning per share/ laba per lembar saham seringkali dipandang sebagai informasi terpenting yang terdapat di dalam laporan keuangan. Jumlah laba per lembar saham adalah informasi yang seringkali disebut-sebut di dalam laporan tahunan perusahaan dan media masa sebagai pengukur keberhasilan perusahaan di dalam usahanya untuk menghasilkan laba. Banyak pemakai laporan keuangan percaya bahwa EPS merupakan indikator tentang kinerja finansial efektifitas manajemen, potensi laba dan deviden masa datang (Harnanto, 2003: 476).

Laba per lembar saham/ *earning per share (EPS)* menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dan mendistribusikan laba yang diraih perusahaan kepada pemegang saham. Laba per lembar saham / *earning per share (EPS)* dapat dijadikan sebagai indikator tingkat nilai perusahaan. Laba per lembar saham / *earning per share (EPS)* juga merupakan salah satu cara untuk mengukur keberhasilan dalam mencapai keuntungan bagi para pemilik saham dalam perusahaan. EPS suatu perusahaan harus dibandingkan dengan EPS perusahaan lain atau dengan EPS rata-rata industri (Freddy Rangkuti, 2005: 155). Tujuannya adalah melihat keberhasilan kemampuan perusahaan dalam melakukan kegiatan operasional usahanya.

Cara menghitung *earning per share* (Freddy Rangkuti, 2005: 155) adalah :

$$EPS = \frac{\text{Profit After Tax}}{\text{Number of Common Shares Outstanding}}$$

Profit after tax adalah laba bersih setelah pajak dan *number of common share outstanding* adalah jumlah saham biasa dalam peredaran.

4) *Net Profit Margin (NPM)*

Rasio ini memberi gambaran laba untuk para pemegang saham sebagai persentase dari penjualan. Semakin besarnya rasio *net profit margin* menunjukkan bahwa manajemen telah bekerja secara efisien baik dalam pengelolaan produksi dan operasional

maupun penjualan. Rasio ini merupakan ukuran kemampuan perusahaan untuk mengubah setiap rupiah yang diperoleh dari penjualan menjadi keuntungan bersih (*net profit*). Perusahaan yang memiliki rasio *net profit margin* relatif besar cenderung memiliki kemampuan untuk bertahan dalam kondisi sesulit apapun. Cara menghitung *net profit margin* (NPM) adalah (Freddy Rangkuti, 2005: 150 - 151):

$$NPM = \frac{\text{Profit after tax}}{\text{Sales}}$$

Profit after tax adalah laba bersih setelah pajak dan *sales* adalah penjualan.

2. *Corporate Social Responsibility*

a. *Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR)*

Pengertian CSR menurut Johnson dan Johnson, dalam Nor Hadi (2011: 46) menyatakan bahwa : “ *CSR is about how companies manage the business processes to produce an overall positive impact to society* “. Definisi ini pada dasarnya berangkat dari filosofi bagaimana mengelola perusahaan baik sebagian maupun keseluruhan memiliki dampak positif bagi dirinya dan lingkungannya. Maka dari itu, perusahaan harus mampu mengelola operasi bisnisnya dengan menghasilkan produk yang berorientasi secara positif terhadap masyarakat dan lingkungan.

Komisi Eropa dalam A.B Susanto (2009:11) membuat definisi yang lebih praktis, yaitu CSR adalah bagaimana perusahaan secara

sukarela memberikan kontribusi bagi terbentuknya masyarakat yang lebih baik dan lingkungan yang lebih bersih. Elkington (1997) dalam A.B Susanto (2009: 11) mengemukakan bahwa sebuah perusahaan yang menunjukkan tanggung jawab sosialnya akan memberikan perhatian kepada peningkatan kualitas perusahaan (*profit*); masyarakat, khususnya komunitas sekitar (*people*) serta lingkungan hidup (*planet*).

Dapat disimpulkan tanggung jawab sosial perusahaan adalah komitmen perusahaan terhadap kepedulian kepada alam sekitar, masyarakat dan pihak yang berkepentingan dengan kegiatan usaha perusahaan.

b. Latar Belakang *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Hasil penelitian Nor Hadi (2011: vii) menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan memiliki kandungan dan konsekuensi baik secara sosial (*social consequences*) maupun secara ekonomi (*economic consequences*). Hasil penelitian tersebut memaparkan bahwa perusahaan yang melakukan aktivitas tanggung jawab dengan penuh keseriusan dan didukung oleh strategi implementasi yang tepat, memiliki manfaat seperti mengurangi legitimasi masyarakat, apresiasi masyarakat, meningkatkan nilai bagi masyarakat, mengurangi komplain dari masyarakat, membantu pemecahan persoalan yang dihadapi masyarakat baik di bidang sosial, ekonomi maupun kesehatan.

Disamping itu juga tingkat tanggung jawab sosial perusahaan ternyata juga memiliki dampak terhadap peningkatan kinerja ekonomi perusahaan, seperti meningkatkan penjualan, legitimasi pasar, meningkatkan apresiasi investor di pasar modal, meningkatkan nilai bagi kesejahteraan pemilik dan sejenisnya. Hasil penelitian tersebut membuktikan bahwa tanggung jawab sosial dengan berbagai aktifitas turunannya tidak hanya dipandang sebagai biaya yang harus ditanggung oleh perusahaan (*social cost*) melainkan juga merupakan investasi bagi perusahaan dalam rangka mendukung keunggulan perusahaan dimata *stakeholder*.

c. Kelemahan *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Nor Hadi (2011: ix) menunjukkan bahwa pelaksanaan tanggung jawab sosial disamping mengandung kemanfaatan bagi perusahaan juga mengandung resiko seperti kandungan biaya sosial yang realtif besar, sering kontradiksi dengan kepentingan *shareholder* serta mengganggu profitabilitas perusahaan.

Harahap, Sofyan Safri (1993) dalam Nor Hadi (2011: ix) menyatakan sejalan dengan kaidah *trade of* antara *cost* and *benefit*, terdapat faktor risiko dalam melakukan tanggung jawab sosial seperti:

- 1) Menimbulkan pemborosan.
- 2) Memungkinkan keterlibatan perusahaan terhadap permainan kekuasaan atau politik berlebihan yang pada dasarnya bukan areanya
- 3) Menimbulkan lingkungan bisnis yang monopolistik dan pluralistik
- 4) Mengganggu profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan
- 5) Keterlibatan sosial yang luas cakupannya memerlukan tenaga ahli yang belum tentu dimiliki perusahaan.

d. Pentingnya *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Perusahaan merupakan keluarga besar yang memiliki tujuan dan target hendak dicapai, yang berada di tengah lingkungan masyarakat yang lebih besar (*community*). Sebagai warga masyarakat. Perusahaan membutuhkan apresiasi dan interaksi anggota masyarakat dalam setiap aktifitasnya. Dengan demikian perusahaan merupakan subsistem dari sistem siklus hidup bermasyarakat sehingga membutuhkan keteraturan pola interaksi dengan subsistem yang lain (Nor Hadi 2011: 31).

e. Konsep *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Satu terobosan besar perkembangan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) dikemukakan oleh John Elkington (1997) yang terkenal dengan “*The Triple Bottom Line*” yang dimuat dalam buku “*Canibals with Forks the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*”. Konsep tersebut mengakui jika perusahaan ingin *sustain* maka perlu memperhatikan 3P yaitu bukan hanya profit yang diburu, namun juga harus memberikan kontribusi positif kepada masyarakat (*people*) dan ikut serta dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*). Konsep *Triple Bottom Line* tersebut merupakan kelanjutan dari konsep *sustainable development* yang secara eksplisit telah mengaitkan antara dimensi tujuan dan tanggung jawab baik kepada *shareholder* maupun *stakeholder* (Nor Hadi 2011:56).

f. Prinsip-prinsip *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Crowther David (2008) dalam Nor Hadi (2011: 59) mengurai prinsip-prinsip tanggung jawab sosial perusahaan / CSR menjadi 3 yaitu :

- 1) *Sustainability*, berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktifitas (*action*) tetap memperhitungkan keberlanjutan sumberdaya di masa depan.
- 2) *Accountability*, merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggung jawab atas aktifitas yang telah dilakukan.
- 3) *Transparency*, merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal. Transparansi merupakan satu hal yang amat penting bagi pihak eksternal, berperan untuk mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman khususnya informasi dan pertanggungjawaban berbagai dampak dari lingkungan.

g. Pendekatan *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Terdapat dua paradigma pendekatan CSR yang digunakan perusahaan. Pertama, *motive aproach* berarti praktik tanggung jawab sosial dan pengungkapan didasarkan motif tertentu pada perusahaan, baik secara sosial (*socoal motive*) maupun ekonomi (*economic motive*). *Motive aproach* menumbuhkan praktik tanggung jawab sosial menjadi volunteer atau sukarela sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan perusahaan.

Kedua, pendekatan sistem (*system aproach*) maksudnya bahwa perusahaan melakukan pengeluaran sosial termasuk pengungkapannya muncul sebagai akibat adanya tuntutan dan pengondisian suatu sistem yang ada. Sistem ini berupa aturan dan kebijakan yang harus dipatuhi, baik yang tumbuh dari penetapan manajemen yang merupakan bagian

dari *code of conduct*, visi misi perusahaan serta strategi perusahaan yang dilakukan maupun peraturan yang timbul dari pihak luar pemerintah (Nor Hadi, 2011: 136).

h. Manfaat *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya, perusahaan memberikan perhatian kepada tiga hal yaitu laba, lingkungan dan masyarakat (A.B Susanto 2009: 13). Dengan diperolehnya laba, perusahaan dapat memberikan deviden bagi pemegang saham, mengalokasikan sebagian laba yang diperoleh guna membiayai pertumbuhan dan pengembangan usaha di masa depan, serta membayar pajak kepada pemerintah

Dengan menjalankan tanggung jawab sosial, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek namun juga turut berkontribusi bagi peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitar dalam jangka panjang (A.B Susanto 2009: 13).

Dalam A.B. Susanto (2009: 14-15), dari sisi perusahaan terdapat berbagai manfaat yang dapat diperoleh dari aktivitas CSR, yaitu:

- 1) Mengurangi resiko dan tuduhan terhadap perlakuan yang tidak pantas yang diterima perusahaan
- 2) Sebagai pelindung dan membantu perusahaan meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan suatu krisis
- 3) Keterlibatan dan kebanggaan karyawan, karena karyawan akan merasa bangga bekerja pada perusahaan yang memiliki reputasi yang baik, yang secara konsisten melakukan upaya-upaya untuk

- membantu meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitarnya,
- 4) CSR yang dilaksanakan secara konsisten akan mampu memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan dengan para *stakeholder*-nya.
 - 5) Meningkatkan penjualan seperti yang terungkap dalam riset *Roper Search Worldwide*, yaitu bahwa konsumen akan lebih menyukai produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang konsisten menjalankan tanggung jawab sosialnya sehingga memiliki reputasi yang baik.
 - 6) Insentif-insentif lainnya seperti insentif pajak dan berbagai perlakuan khusus lainnya.

i. Permasalahan *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Corporate Social Responsibility masih memiliki beberapa permasalahan yaitu :

1. Masih belum seragam dan jelas batasan tanggung jawab sosial
2. Sikap oportunistik perusahaan terlebih *social responsibility* mengandung biaya yang cukup besar yang belum tentu memiliki relevansi terhadap pencapaian tujuan yang bersifat *economic motive*.
3. Kurang respon *stakeholder (silent stakeholder)* sehingga kurang menciptakan *social control* meskipun masyarakat merupakan sosial agen.
4. Dukungan tata perundangan yang masih lemah
5. Standar operasional yang masih kurang jelas
6. Belum jelasnya ukuran evaluasi (Nor Hadi, 2011: 48).

Konteks seperti itu relatif menciptakan praktik CSR sebatas seadanya saja dan bersifat formalitas, meskipun terdapat beberapa perusahaan memiliki komitmen dan serius dalam menjalankan strategi CSR.

j. Landasan Teori *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Beberapa teori yang digunakan untuk menjelaskan pengungkapan *corporate social responsibility*, yaitu :

1) Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)

Stakeholder adalah semua pihak, baik internal maupun eksternal, yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. *Stakeholder* merupakan pihak internal maupun eksternal, seperti pemerintah, perusahaan pesaing, masyarakat sekitar, lingkungan internasional, lembaga diluar perusahaan (LSM dan sejenisnya), lembaga pemerhati lingkungan, para pekerja perusahaan, kaum minoritas dan lain sebagainya yang keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan.

Kasali Rhenald (2005) dalam Nor Hadi (2011: 105) mengungkapkan bahwa *stakeholder* dapat dibagi menjadi dua berdasarkan karakteristiknya yaitu *stakeholder* primer dan *stakeholder* sekunder. *Stakeholder* primer adalah pihak-pihak yang mempunyai kepentingan secara ekonomi terhadap perusahaan dan menanggung resiko seperti investor, kreditor, karyawan, pemasok, dan masyarakat lokal. *Stakeholder* sekunder adalah pihak-pihak yang dipengaruhi ataupun mempengaruhi perusahaan, namun kelangsungan hidup perusahaan secara ekonomi tidak dipengaruhi oleh *stakeholder* jenis ini. Adapun yang termasuk dalam kelompok *stakeholder* sekunder adalah media dan kelompok kepentingan lainnya seperti lembaga sosial masyarakat ataupun serikat buruh.

Berdasarkan asumsi *stakeholder theory*, maka perusahaan tidak dapat melepaskan diri dari lingkungan sosial. Perusahaan perlu menjaga legitimasi *stakeholder* serta mendudukkannya dalam kerangka kebijakan dan pengambilan keputusan, sehingga dapat mendukung pencapaian tujuan perusahaan, yaitu stabilitas usaha dan jaminan *going concern* (Adam, dalam Nor Hadi. 2011: 94-95).

2) Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Hubungan keagenan merupakan dasar yang digunakan untuk memahami *corporate governance*. Hubungan keagenan adalah sebuah kontrak antara *principal* dan *agent* (Fama and M.C. Jensen, 1983: 327). Inti dari hubungan keagenan adalah adanya pemisahan antara kepemilikan (pihak *principal*/ investor) dan pengendalian (pihak *agent*/manajer). Investor memiliki harapan bahwa manajer akan menghasilkan *return* dari uang yang mereka investasikan. Oleh karena itu, kontrak yang baik antara investor dan manajer adalah kontrak yang mampu menjelaskan spesifikasi-spesifikasi apa saja yang harus dilakukan manajer dalam mengelola dana para investor, dan spesifikasi tentang pembagian *return* antara manajer dan investor. Idealnya, investor dan manajer sebaiknya menandatangani kontrak yang lengkap dan menspesifikasikan secara tepat apa saja yang akan dilakukan manajer di segala kemungkinan yang terjadi.

Teori keagenan berusaha untuk menjawab masalah keagenan yang terjadi jika pihak-pihak yang saling bekerja sama memiliki tujuan dan pembagian kerja yang berbeda. Secara khusus teori keagenan membahas tentang adanya hubungan keagenan, dimana suatu pihak tertentu (*principal*) mendelegasikan pekerjaan kepada pihak lain (*agent*) untuk melakukan pekerjaan. Teori keagenan ditekankan untuk mengatasi dua permasalahan yang dapat terjadi dalam hubungan keagenan (Eisenhardt, Kathleen M. 1989: 58). Pertama adalah masalah keagenan yang timbul pada saat keinginan atau tujuan dari *principal* dan agen berlawanan dan merupakan hal yang sulit atau mahal bagi *principal* untuk melakukan verifikasi tentang apa yang benar-benar dilakukan oleh agen. Kedua adalah masalah pembagian resiko yang timbul pada saat *principal* dan agen memiliki sikap yang berbeda terhadap resiko.

3) Teori Legimitasi (*Legitimacy Theory*)

Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan kedepan. Hal itu dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengonstruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri ditengah lingkungan masyarakat yang semakin maju (Nor Hadi. 2011:87). Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat atau sumber daya

potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*) (O'Donovan, dalam Nor Hadi. 2011: 87).

Gray et.al (1996) dalam Nor Hadi (2011: 88) berpendapat bahwa legitimasi merupakan “.....a system-oriented view of organization and societypermits us to focus on the role of information and disclosure in the relationship between organisations, the state, individuals and group”. Definisi tersebut menunjukkan bahwa legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah, individu, dan kelompok masyarakat. Untuk itu, sebagai suatu sistem yang mengedepankan keberpihakan kepada *society*, operasi perusahaan harus sesuai dengan harapan masyarakat.

4) Teori Kontrak Sosial (*Social Contract Theory*)

Teori ini muncul karena adanya interelasi dalam kehidupan sosial masyarakat, agar terjadi keselarasan, keserasian, dan keseimbangan, termasuk dalam lingkungan. Perusahaan yang merupakan kelompok orang yang memiliki kesamaan tujuan dan berusaha mencapai tujuan secara bersama adalah bagian dari masyarakat dalam lingkungan yang lebih besar. Keberadaannya sangat ditentukan oleh masyarakat, dimana antara keduanya saling mempengaruhi. Agar terjadi keseimbangan (*equality*), maka perlu kontrak sosial baik secara tersusun baik secara tersurat maupun

tersirat, sehingga terjadi kesepakatan-kesepakatan yang saling melindungi kepentingan masing-masing (Nor Hadi.2011: 96).

Social contract dibangun dan dikembangkan, salah satunya untuk menjelaskan hubungan antara perusahaan terhadap masyarakat (*society*). Dalam hal ini, perusahaan atau organisasi memiliki kewajiban pada masyarakat untuk memberi manfaat bagi masyarakat. Interaksi perusahaan dengan masyarakat akan selalu berusaha untuk memenuhi dan mematuhi aturan serta norma-norma yang berlaku di masyarakat, sehingga kegiatan perusahaan dapat dipandang *legitimate* (Deegan,dalam Nor Hadi 2011: 96).

Dalam perspektif manajemen kontemporer, teori kontrak sosial menjelaskan tentang hak kebebasan individu dan kelompok, termasuk masyarakat yang dibentuk berdasarkan kesepakatan-kesepakatan yang saling menguntungkan anggotanya (Rawl, dalam Nor Hadi.2011: 97).

Hal ini sejalan dengan konsep *legitimacy theory* bahwa legitimasi dapat diperoleh ketika terdapat kesesuaian antara keberadaan perusahaan yang tidak mengganggu atau sesuai dengan eksistensi sistem nilai yang ada dalam masyarakat dan lingkungan (Deegan, Robin, dan Tobin dalam Nor Hadi 2011: 97).

Shocker dan Sethi dalam Nor Hadi (2011: 98) menjelaskan konsep kontrak sosial (*social contract*) bahwa untuk menjamin

kelangsungan hidup dan kebutuhan masyarakat, kontrak sosial didasarkan pada :

- a) Hasil akhir (output) yang secara sosial dapat diberikan kepada masyarakat luas.
- b) Distribusi manfaat ekonomis, sosial, atau pada politik kepada kelompok sesuai dengan kekuatan yang dimiliki.

Output perusahaan bermuara pada masyarakat, dan tidak ada power institusi yang bersifat permanen, maka perusahaan membutuhkan legitimasi. Perusahaan harus melebarkan tanggung jawabnya tidak hanya sekedar *economic responsibility* yang lebih diarahkan kepada *shareholder* (pemilik perusahaan). Namun perusahaan harus memastikan bahwa kegiatannya tidak melanggar dan bertanggungjawab kepada pemerintah yang dicerminkan dalam peraturan dan perundang-undangan yang berlaku (*legal responsibility*). Di samping itu, perusahaan juga tidak dapat mengesampingkan tanggung jawab kepada masyarakat, yang dicerminkan lewat tanggung jawab dan keberpihakan pada berbagai persoalan sosial dan lingkungan yang timbul (*societal respobsibility*) (Nor Hadi 2011: 98).

5) Teori Sinyal

Teori sinyal membahas mengenai dorongan perusahaan untuk memberikan informasi kepada pihak eksternal. Dorongan tersebut disebabkan karena adanya asimetri informasi antara pihak manajemen dan pihak eksternal. Untuk mengurangi asimetri

informasi maka perusahaan harus mengungkapkan informasi yang dimiliki, baik informasi keuangan maupun non keuangan.

Salah satu informasi yang wajib untuk diungkapkan oleh perusahaan adalah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility*. Informasi ini dapat dimuat dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial perusahaan terpisah. Perusahaan yang melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* memiliki tujuan dapat meningkatkan reputasi perusahaan secara sosial.

k. Pelaporan dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Laporan tanggung jawab sosial merupakan laporan aktivitas tanggungjawab sosial yang telah dilakukan perusahaan baik berkaitan dengan perhatian masalah dampak sosial maupun lingkungan. Laporan tersebut menjadi bagian tak terpisahkan dengan laporan tahunan (*annual report*) yang dipertanggungjawabkan direksi di depan sidang Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Laporan ini berisi laporan program-program sosial dan lingkungan perseroan yang telah dilaksanakan selama tahun buku terakhir (Nor Hadi 2011:206).

Pengungkapan (*disclosure*) berkaitan dengan penjelasan hal-hal informatif yang dianggap penting dan bermanfaat bagi pemakai selain yang dinyatakan dalam statemen keuangan utama (Suwardjono, 2011: 134). Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam

pengungkapan (*disclosure*) yaitu untuk siapa informasi diungkapkan, apa tujuan informasi tersebut, berapa banyak informasi yang diungkapkan. Tujuan pengungkapan kategorikan menjadi dua yaitu *protective disclosure* yang dimaksudkan sebagai upaya perlindungan terhadap investor dan *informative disclosure* yang bertujuan memberikan informasi yang layak kepada pengguna laporan (Wolk et al., 2006 dalam Kartika Hendra Titisari, Eko Suwardi dan Doddy Detiawan, SNA, 2008: 4).

Informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) dan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*) (Tri Siwi Nugrahani, 2009: 50). Pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) merupakan pengungkapan minimum yang harus diungkapkan (diwajibkan peraturan). Pengungkapan wajib diatur dalam peraturan Bapepam yang tertulis dalam Surat Edaran Ketua Bapepam No. SE-02/PM/2001 yang berisi tentang penyajian dan pengungkapan laporan keuangan emiten atau perusahaan publik untuk setiap jenis industri. Pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*) merupakan pengungkapan yang tidak diwajibkan oleh peraturan yang berlaku, sehingga perusahaan bebas memilih jenis informasi yang diungkapkan yang sekiranya dapat mendukung dalam mengambil keputusan.

Tanggung jawab sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *sustainability report*. *Sustainability reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Laporan tersebut menjadi bagian yang tak terpisahkan dengan laporan tahunan (*annual report*) yang dipertanggungjawabkan direksi di depan sidang Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) (Nor Hadi, 2011: 206).

Sustainability reporting meliputi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi. *sustainability report* harus menjadi dokumen strategik yang berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang *sustainability development* yang membawanya menuju kepada bisnis utama (*core business*) dan sektor industrinya. Salah satu panduan pelaporan yang banyak digunakan sebagai standar pelaporan saat ini oleh perusahaan untuk mendukung pembangunan berkesinambungan yang digagas oleh PBB lewat *Coalition for Environmentally Responsible Economies* (CERES) dan UNEP pada tahun 1997 adalah *Global Reporting Initiative* (GRI).

1. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Karakteristik yang dimiliki perusahaan dapat menjadi faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Semakin kuat karakteristik

yang dimiliki suatu perusahaan tersebut dalam menghasilkan dampak sosial bagi publik tentunya akan semakin kuat pula pemenuhan tanggung jawab sosialnya kepada publik.

Karakteristik perusahaan merupakan prediktor kualitas pengungkapan (Lang, Mark dan Lundholm, Russell, 1993: 247). Karakteristik perusahaan dapat menjadi faktor yang mempengaruhi perusahaan dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial, antara lain adalah *size* (ukuran perusahaan), tingkat likuiditas, tingkat profitabilitas, tingkat *leverage*, kendala sosial yang dimiliki, umur perusahaan, profil perusahaan, ukuran dewan komisaris, negara pemilik suatu perusahaan, negara tempat didirikannya perusahaan, dan lain-lain. Karakteristik perusahaan tersebut dapat menjelaskan variasi luas pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan.

3. Laporan Tahunan

a. Pengertian Laporan Tahunan

Laporan tahunan (*annual report*) adalah sebuah laporan yang diterbitkan oleh perusahaan untuk para pemegang sahamnya. Laporan ini memuat laporan keuangan dasar dan juga analisis manajemen atas operasi tahun lalu dan pendapat mengenai prospek-prospek perusahaan di masa datang. Dua jenis informasi yang diberikan dalam laporan tahunan. Pertama, yaitu bagian verbal seringkali disajikan sebagai surat dari direktur utama yang menguraikan hasil operasi perusahaan selama tahun lalu dan membahas perkembangan-perkembangan baru

yang akan mempengaruhi operasi di masa datang. Kedua, laporan tahunan menyajikan empat laporan keuangan dasar yakni neraca, laporan laba rugi, laporan laba ditahan dan laporan arus kas. Jika disajikan bersama, semua laporan ini memberikan gambaran akuntansi atas operasi dan posisi keuangan perusahaan. (Brigham & Houston 200: 45).

b. Pengertian Laporan Keuangan

Laporan keuangan adalah suatu penyajian terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan suatu entitas. (PSAK No 1 revisi 2009)

Pengertian laporan keuangan menurut IAI (2007: 1)

Laporan keuangan merupakan bagian dari proses pelaporan keuangan yang lengkap biasanya meliputi neraca, laporan laba rugi, laporan perubahan posisi keuangan (yang dapat disajikan dengan berbagai cara misalnya sebagai arus kas, atau laporan arus dana), catatan dan laporan lain serta materi penjelasan yang merupakan bagian integral dari laporan keuangan. Disamping itu juga termasuk skedul dan informasi tambahan yang berkaitan dengan laporan tersebut, misalnya informasi keuangan segmen industri dan geografis serta pengungkapan pengaruh perubahan harga.

c. Tujuan Laporan Keuangan

Menurut PSAK No 1 revisi 2009, tujuan laporan keuangan adalah memberikan informasi mengenai posisi keuangan, kinerja keuangan, dan arus kas entitas yang bermanfaat bagi sebagian besar kalangan pengguna laporan dalam pembuatan keputusan ekonomi. Laporan keuangan juga menunjukkan hasil pertanggungjawaban

manajemen atas penggunaan sumber daya yang dipercayakan kepada mereka.

Kegunaan lain dari laporan keuangan adalah untuk menyediakan informasi kinerja perusahaan terutama profitabilitas yang diperlukan untuk menilai perubahan potensial sumberdaya ekonomi yang mungkin dikendalikan. Informasi tersebut menyangkut posisi keuangan perusahaan, informasi kinerja dan perubahan posisi keuangan perusahaan kepada pihak-pihak yang berkepentingan sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

d. Karakteristik Laporan Keuangan

Dalam rangka mencapai tujuan tersebut, laporan keuangan menyajikan informasi mengenai entitas yang meliputi:

- 1) aset;
- 2) liabilitas;
- 3) ekuitas;
- 4) pendapatan dan beban termasuk keuntungan dan kerugian;
- 5) kontribusi dari dan distribusi kepada pemilik dalam kapasitasnya sebagai pemilik; dan
- 6) arus kas.

Informasi tersebut beserta informasi lainnya yang terdapat dalam catatan atas laporan keuangan dapat membantu pengguna laporan dalam memprediksi arus kas masa depan dan khususnya dalam hal waktu dan kepastian diperolehnya kas dan setara kas. (PSAK No 1 revisi 2009).

Agar laporan keuangan dapat memenuhi kebutuhan para pihak yang berkepentingan dalam mendukung pengambilan keputusan

(*decision making support*) secara tepat, harus memenuhi karakteristik kualitatif, antara lain :

1) Relevan (*Relevance*)

Laporan keuangan dikatakan relevan, jika informasi yang termuat didalamnya dapat mempengaruhi pengguna dengan membantu mereka mengavaluasi peristiwa masa lalu dan masa kini dan memprediksi masa depan, serta menegaskan atau mengoreksi hasil evaluasi mereka di masa lalu. Dengan kata lain, agar suatu informasi relevan, maka informasi tersebut harus memenuhi kriteria yaitu memiliki manfaat umpan balik, memiliki manfaat prediksi, tepat waktu dan lengkap.

2) Dapat Diandalkan (*Reliability*)

Informasi dikatakan dapat diandalkan jika informasi dalam laporan keuangan bebas salah dari pengertian yang menyesatkan dan kesalahan material, menyajikan setiap fakta secara jujur serta dapat diverifikasi.

3) Dapat Dibandingkan (*Comparability*)

Karakteristik ini beragumen bahwa informasi yang termuat dalam laporan keuangan akan lebih bermanfaat jika dibandingkan dengan laporan keuangan periode sebelumnya.

4) Dapat Dipahami (*Understandability*)

Informasi yang disajikan dalam laporan keuangan dapat dipahami oleh pengguna dinyatakan dalam bentuk serta istilah

yang disesuaikan dengan batas pemahaman para pengguna. (Nor Hadi, 2011: 215-216)

e. Komponen Laporan Keuangan

Menurut PSAK No 1 revisi 2009, komponen laporan keuangan lengkap laporan keuangan yang lengkap terdiri dari komponen-komponen berikut ini:

- 1) laporan posisi keuangan pada akhir periode;
- 2) laporan laba rugi komprehensif selama periode
- 3) laporan perubahan ekuitas selama periode;
- 4) laporan arus kas selama periode;
- 5) catatan atas laporan keuangan, berisi ringkasan kebijakan akuntansi penting dan informasi penjelasan lainnya; dan
- 6) laporan posisi keuangan pada awal periode komparatif yang disajikan ketika entitas menerapkan suatu kebijakan akuntansi secara retrospektif atau membuat penyajian kembali pos-pos laporan keuangan, atau ketika entitas mereklasifikasi pos-pos dalam laporan keuangannya.

4. Perusahaan *High Profile*

Industri *high profile* adalah industri yang memiliki visibilitas konsumen, resiko politis yang tinggi atau menghadapi persaingan yang tinggi (Hackston&Milne, 1996: 87). Industri *high profile* umumnya merupakan industri yang memperoleh sorotan dari masyarakat karena aktivitas operasinya memiliki potensi bersinggungan dengan kepentingan luas (*stakeholder*) sehingga memberikan informasi sosial yang lebih banyak. Perusahaan *high profile* juga lebih sensitif terhadap keinginan konsumen atau pihak lain yang berkepentingan terhadap produknya. Perusahaan yang tergolong dalam perusahaan *high profile* pada umumnya memiliki jumlah tenaga kerja yang besar dan dalam proses produksinya

mengeluarkan residu, seperti limbah cair dan polusi udara (Nisya Nur Ayuna, 2008). Perusahaan *high profile* merupakan perusahaan yang bergerak di bidang perminyakan dan pertambangan, kimia, hutan, kertas, otomotif, agrobisnis, tembakau dan rokok, makanan dan minuman, media dan komunikasi, kesehatan, transportasi, dan pariwisata. Perusahaan yang bergerak di bidang tersebut diyakini mendapatkan sorotan publik yang cukup besar (Eddy Rismanda Sembiring, 2005: 5).

B. Penelitian yang Relevan

1. Barbara Gunawan dan Suharti Sri Utami (2008)

Dalam penelitiannya yang berjudul “Peranan *Corporate Social Responsibility* Dalam Nilai Perusahaan” berkesimpulan bahwa yang pertama, *corporate social responsibility (CSR)*, persentase kepemilikan manajemen, tipe industri, dan variabel-variabel yang berinteraksi dalam riset ini memiliki impikasi pada nilai perusahaan secara simultan, Kedua, *corporate social responsibility (CSR)* memiliki implikasi positif terhadap nilai perusahaan, dan Ketiga, persentase kepemilikan manajemen dan jenis industri tidak berperan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara *corporate social responsibility (CSR)* dan nilai perusahaan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu pada penggunaan variabel independen CSR yang dihitung dengan indeks pengungkapan CSR. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan sebelumnya adalah pada variabel dependennya yakni pada penelitian sebelumnya menggunakan nilai perusahaan sedangkan pada penelitian ini

menggunakan profitabilitas dengan 4 rasio yakni *return on equity (ROE)*, *return on asset (ROA)*, *earning per share (EPS)* dan *net profit margin (NPM)*.

2. Rimba Kusumadilaga (2010)

Pada penelitian yang berjudul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)” ini berkesimpulan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas sebagai variabel moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan pengungkapan CSR dan nilai perusahaan. Terdapat perbedaan luas pengungkapan CSR periode sebelum dan sesudah berlakunya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Persamaan penelitian ini dengan sebelumnya adalah menggunakan variabel independen CSR. Sedangkan perbedaannya pada profitabilitas dijadikan sebagai variabel moderating pada penelitian terdahulu sedangkan pada penelitian ini, profitabilitas sebagai variabel dependen yang akan dipengaruhi oleh CSR sebagai variabel independen. Perbedaan lain juga terdapat pada subjek penelitian, yakni pada penelitian sebelumnya menggunakan perusahaan manufaktur sedangkan pada penelitian ini menggunakan perusahaan *high profile*.

3. Danu Candra Indrawan (2011)

Pada penelitian yang berjudul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Perusahaan” memiliki kesimpulan bahwa *corporate social responsibility* dan *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan (ROE), dan ukuran perusahaan (*size*) berpengaruh negatif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan, akan tetapi kesempatan pertumbuhan (*growth*) berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Sedangkan pada hipotesis kedua ditemukan bahwa *corporate social responsibility* dan risiko sekuritas (*beta*) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kinerja pasar (CAR), dan *leverage*, *size*, dan *growth* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap kinerja pasar, akan tetapi *earnings* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pasar.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah menggunakan variabel independen CSR. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu pada rasio profitabilitas yang digunakan hanya *return on equity (ROE)* sedangkan pada penelitian ini menggunakan 4 rasio yaitu *return on equity (ROE)*, *return on asset (ROA)*, *earning per share (EPS)* dan *net profit margin (NPM)*. Sehingga hasil yang didapat bisa memberikan informasi lebih mendetail tentang profitabilitas yang erat kaitannya dengan pengembalian yang diharapkan.

4. Lintang Kurniawati (2012)

Pada penelitian yang berjudul “Pengaruh Praktek *Corporate Social Responsibility* Terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Manufaktur di Indonesia yang Terdaftar di BEI” memiliki kesimpulan bahwa tanggung jawab sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas yang dicerminkan dengan ROA dan ROE serta pengaruhnya juga terhadap nilai perusahaan yang dalam penelitian ini dicerminkan oleh Tobins’Q.

Persamaan penelitian ini dengan sebelumnya adalah meneliti pengaruh CSR terhadap ROA dan ROE. Sedangkan perbedaannya pada penelitian ini selain meneliti pengaruh CSR terhadap ROA dan ROE, juga pengaruh CSR terhadap EPS dan NPM.

C. Kerangka Berfikir

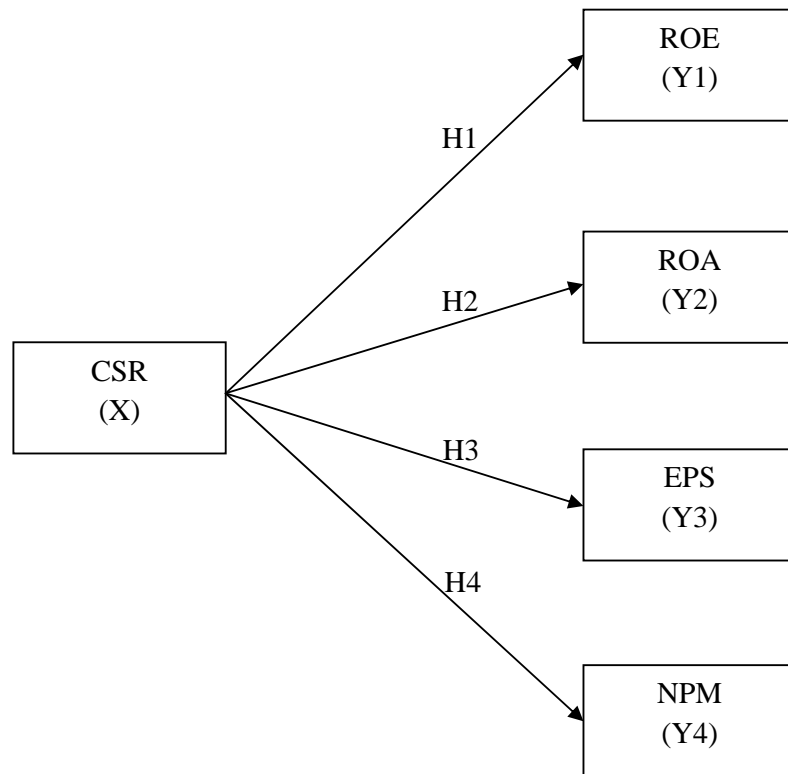
Pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* dapat diukur dengan menggunakan indeks *Global Reporting Initiative (GRI)* yang berjumlah 79 indikator kinerja dalam 6 aspek. Semakin besar indeks pengungkapan CSR pada suatu perusahaan, maka semakin tinggi pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan. Perhitungan indeks CSR, dapat dihitung berdasarkan deskripsi pengungkapan CSR pada laporan tahunan dan laporan keberlanjutan pada masing-masing perusahaan dengan *mencheck list* ada berapa indikator yang diungkapkan dari 79 indikator pengungkapan CSR

Rasio profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *return on equity (ROE)*, *return on asset (ROA)*, *earning per share (EPS)* dan *net profit margin (NPM)* karena merupakan ukuran pengembalian dari kegiatan investasi pada suatu perusahaan yang berpengaruh pada perhatian investor yang akan menanamkan modalnya pada suatu perusahaan. Rasio profitabilitas dalam penelitian ini masing-masing akan dipengaruhi oleh pengungkapan CSR.

Pada penelitian ini, akan diteliti pengaruh pengungkapan CSR terhadap masing-masing rasio profitabilitas yakni *corporate social responsibility (CSR)* terhadap *return on equity (ROE)*, *corporate social responsibility (CSR)* terhadap *return on asset (ROA)*, *corporate social responsibility (CSR)* terhadap *earning per share (EPS)* dan *corporate social responsibility (CSR)* terhadap *net profit margin (NPM)*.

D. Paradigma Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti mencoba untuk menguji pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* terhadap profitabilitas pada perusahaan *high profile* yang terdaftar di BEI periode 2009-2011.



Gambar 1. Paradigma Penelitian

→ = Pengaruh pengungkapan CSR sebagai variabel independen terhadap masing-masing variabel dependen ROE, ROA, EPS dan NPM pada perusahaan *high profile* yang terdaftar di BEI periode 2009-2011.

E. Hipotesis

Berdasarkan kajian teori, penelitian yang relevan dan kerangka berfikir, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

- H1 = Pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* berpengaruh positif terhadap *return on equity (ROE)* pada perusahaan *high profile* yang terdaftar di BEI periode 2009-2011
- H2 = Pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* berpengaruh positif terhadap *return on asset (ROA)* pada perusahaan *high profile* yang terdaftar di BEI periode 2009-2011
- H3 = Pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* berpengaruh positif terhadap *earning per share (EPS)* pada perusahaan *high profile* yang terdaftar di BEI periode 2009-2011
- H4 = Pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* berpengaruh positif terhadap *net profit margin (NPM)* pada perusahaan *high profile* yang terdaftar di BEI periode 2009-2011

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Bursa Efek Indonesia melalui *website* resmi BEI dengan waktu penelitian dilakukan pada bulan Januari 2013 untuk mengumpulkan data, kemudian pada bulan Februari 2013 dilakukan analisis data dan penyusunan laporan penelitian.

B. Jenis Penelitian

Penelitian ini menurut karakteristik masalah merupakan penelitian kausal komparatif (*causal comparative research*) yaitu tipe penelitian dengan karakteristik masalah berupa hubungan sebab-akibat antara dua variabel atau lebih. Peneliti melakukan pengamatan terhadap konsekuensi-konsekuensi yang timbul dan menelusuri kembali fakta yang secara masuk akal sebagai faktor-faktor penyebabnya (Nur Indriantoro & Bambang Supomo, 2002: 27).

Penelitian kausal-komparatif merupakan tipe penelitian *ex post facto*, yaitu tipe penelitian terhadap data yang dikumpulkan setelah terjadinya suatu fakta atau peristiwa. Peneliti dapat mengidentifikasi fakta atau peristiwa tersebut sebagai variabel yang dipengaruhi (variabel dependen) dan melakukan penyelidikan terhadap variabel yang mempengaruhi (Nur Indriantoro & Bambang Supomo, 2002: 27).

C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono. 2011: 80). Penelitian ini menggunakan populasi perusahaan berkategori *high profile* yaitu perusahaan yang memiliki visibilitas konsumen, resiko politis yang tinggi atau menghadapi persaingan yang tinggi yang tercatat di BEI periode 2009-2011. Perusahaan *high profile* terdiri dari perusahaan yang bergerak di bidang perminyakan dan pertambangan, kimia, hutan, kertas, otomotif, agrobisnis, tembakau dan rokok, makanan dan minuman, media dan komunikasi, kesehatan, transportasi, dan pariwisata.

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 104 perusahaan *high profile* yang terdaftar di BEI periode 2009-2011. Secara rinci, populasi pada penelitian ini terdiri dari 20 perusahaan pertambangan, 10 perusahaan perminyakan, 8 perusahaan kimia, 5 perusahaan kertas, 6 perusahaan otomotif, 2 perusahaan penerbangan, 8 perusahaan agrobisnis, 3 perusahaan tembakau dan rokok, 9 perusahaan makanan dan minuman, 17 perusahaan media dan komunikasi, 8 perusahaan kesehatan, 4 perusahaan transportasi dan 4 perusahaan pariwisata.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2011: 81). Pemilihan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*

yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2010: 68). Kriteria-kriteria pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah:

1. Perusahaan *high profile* menerbitkan laporan tahunan (*annual report*) berurut-turut selama tahun 2009-2011.
2. Informasi pertanggungjawaban sosial diungkapkan pada laporan tahunan perusahaan dalam periode 2009-2011.

Berdasarkan pemilihan sampel dari kedua kriteria di atas kemudian akan muncul perusahaan-perusahaan yang menjadi sampel penelitian yang memenuhi syarat menjadi subjek penelitian ini. Sampel akhir pada penelitian ini berjumlah 28 perusahaan. Perusahaan tersebut antara lain 4 perusahaan pertambangan, 4 perusahaan perminyakan, 2 perusahaan kimia, 2 perusahaan kertas, 1 perusahaan otomotif, 1 perusahaan tembakau dan rokok, 1 perusahaan makanan dan minuman, 9 perusahaan media dan komunikasi, 2 perusahaan transportasi dan 2 perusahaan pariwisata.

D. Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel independen (Sugiyono, 2011: 39).

Dalam penelitian ini, variabel dependennya antara lain:

a. *Return on Equity (ROE)*

Return on equity (ROE) adalah laba bersih setelah pajak dibagi ekuitas pemilik dikali seratus. Rasio ini menunjukkan tingkat pengembalian ekuitas dari aktifitas investasi dan penjualan yang dilakukan (Freddy Rangkuti, 2005: 154).

$$ROE = \frac{\text{Profit After Tax}}{\text{Net Worth}}$$

Profit after tax adalah laba bersih setelah pajak dan *net worth* adalah ekuitas saham biasa.

b. *Return on Assets (ROA)*

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan atas keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktifitas yang digunakan untuk aktifitas operasi perusahaan dengan tujuan menghasilkan laba dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya (Ang, Robert, 2007:29).

Rumus untuk menghitung ROA (Brigham dan Houston, 2006: 109):

$$ROA = \frac{\text{laba bersih yang tersedia bagi pemegang saham biasa}}{\text{Total Aktiva}}$$

Laba bersih yang dimaksud adalah laba bersih setelah pajak.

c. *Earning per Share (EPS)*

Earning per share (EPS) merupakan salah satu rasio profitabilitas yang dihitung dengan membagi laba bersih setelah pajak dengan jumlah saham biasa dalam peredaran. Rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dan

mendistribusikan laba yang diraih perusahaan kepada pemegang saham.

EPS dihitung dengan cara (Freddy Rangkuti, 2005: 155):

$$EPS = \frac{\text{Profit After Tax}}{\text{Number of Common Shares Outstanding}}$$

Profit after tax adalah laba bersih setelah pajak dan *number of common share outstanding* adalah jumlah saham biasa dalam peredaran.

d. Net Profit Margin (NPM)

Rasio ini memberi gambaran laba untuk para pemegang saham sebagai persentase dari penjualan dan ukuran kemampuan perusahaan untuk mengubah setiap rupiah yang diperoleh dari penjualan menjadi keuntungan bersih (*net profit*). Cara menghitung *net profit margin (NPM)* adalah (Freddy Rangkuti, 2005: 150):

$$NPM = \frac{\text{Profit after tax}}{\text{Sales}}$$

Profit after tax adalah laba bersih setelah pajak dan *sales* adalah penjualan.

2. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2011:39). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *CSR Disclosure* dengan menggunakan indikator dari *Global Reporting Initiative (GRI)* dengan jumlah 79 pengungkapan yang meliputi:

ekonomi/*economic* (EC), lingkungan/*environment* (EN), praktek tenaga kerja dan pekerjaan yang layak/*labor practices* (LP), hak asasi manusia/*human rights* (HR), masyarakat/*society* (SO) dan tanggung jawab produk/*product responsibility* (PR). Kemudian *check list* dilakukan dengan melihat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam dimensi ekonomi/*economic* (EC), lingkungan/*environment* (EN), praktek tenaga kerja dan pekerjaan yang layak/*labor practices* (LP), hak asasi manusia/*human rights* (HR), masyarakat/*society* (SO) dan tanggung jawab produk/*product responsibility* (PR).

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diukur dengan CSRI (*Corporate Social Responsibility Index*) berdasarkan indikator GRI (*Global Reporting Initiatives*) dengan rumus (Barbara Gunawan dan Suharti Sri Utami, 2008: 178) :

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{N_{ij}}$$

Keterangan :

$CSRI_j$: *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan

$\sum X_{ij}$: Jumlah pengungkapan CSR perusahaan

N_{ij} : jumlah item untuk perusahaan sebesar 79 indikator

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumentasi data sekunder berupa laporan keuangan dan laporan

keberlanjutan yang telah dikeluarkan perusahaan periode 2009-2011. Data sekunder yaitu data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau pihak lain misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram. Data sekunder ini digunakan oleh peneliti untuk diproses lebih lanjut (Husein Umar, 2011: 42). Data tersebut diperoleh melalui *website* yang dimiliki oleh Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu www.idx.co.id dan *website* perusahaan. Studi pustaka atau literatur melalui buku teks, jurnal ilmiah, artikel dan sumber tertulis lainnya yang berkaitan dengan informasi yang dibutuhkan juga dijadikan sumber pengumpulan data.

Setelah selesai mengumpulkan sampel perusahaan yang akan dijadikan subjek penelitian, maka dilakukan perhitungan indeks CSR dengan 79 pengungkapan versi *Global Reporting Initiative (GRI)*. Setelah itu dilakukan perhitungan *return on equity (ROE)*, *return on asset (ROA)*, *earning per share (EPS)* dan *net profit margin (NPM)* 3 tahun berturut-turut dari 2009-2011 pada masing-masing perusahaan yang menjadi sampel. Setelah mendapatkan data ROE, ROA, EPS, NPM dan CSR selama 3 tahun berturut-turut, maka data dimasukkan ke dalam data induk.

F. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi sederhana, karena menguji pengaruh CSR pada masing-masing rasio profitabilitas. Analisis regresi adalah suatu proses melakukan estimasi untuk

memperoleh suatu hubungan fungsional antara variabel acak Y dengan variabel X. Analisis regresi sederhana adalah analisis regresi antara satu variabel Y dan satu variabel X (Lukas Setia Atmaja, 2009: 165).

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan memberikan gambaran atau deskripsi atas suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness atau kemencengan distribusi (Imam Ghozali, 2011: 19).

2. Analisis Inferensial

a. Uji Asumsi

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas juga bertujuan untuk menguji dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Cara untuk melihat normalitas adalah dengan melihat histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Namun demikian dengan hanya melihat histogram hal ini dapat menyesatkan khususnya untuk sampel yang kecil jumlahnya. Metode yang lebih tepat adalah dengan

perhitungan statistik dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*.

Pada penelitian ini, uji normalitas menggunakan penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan taraf signifikansi 5%. Jika nilai signifikansi dari nilai *Kolmogorov-Smirnov* $> 5\%$, data yang digunakan berdistribusi normal (Imam Ghazali, 2011: 150).

2) Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan menguji hubungan antara variabel independen dan variabel dependen bersifat linear. Uji linearitas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Uji linearitas melihat apakah fungsi yang digunakan dalam studi empiris sebaiknya berbentuk linear, kuadrat atau kubik. Uji linearitas berasumsi bahwa fungsi yang benar adalah fungsi linear (Imam Ghazali, 2011 : 166-167).

Tes terhadap asumsi linieritas, dapat dilakukan dengan formula perhitungan *residual analysis*. Residual atau *estimated error value* dinotasikan dengan e_1 adalah jarak atau beda/ selisih antara data yang diobservasi (Y_i) dengan data yang diprediksi (\hat{Y}_i) yaitu data dependen yang berhubungan dengan nilai X_i . Secara garis, *residual value* merupakan garis vertikal yang memisahkan antara *observed value* dengan *prediction*

line (Sujoko Efferin, Stevanus Hadi Darmadji & Tan Yuliawati 2008: 183).

Adapun formula dari residual value adalah:

$$e_i = Y_i - \hat{Y}_i$$

Dalam tampilan SPSS, uji linearitas dapat dilihat pada nilai signifikansi F hitung yang dibandingkan dengan F tabel dengan menggunakan menu *Analyze, Compare Means* lalu *Means*. Apabila nilai signifikansi F hitung > nilai signifikansi F tabel pada tabel ANOVA di baris *Deviation from Linearity* maka terdapat hubungan yang linear dari masing-masing fungsi atau hubungan variabel independen dengan variabel dependen.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain dalam model regresi. Jika pengamatan dari satu residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Imam Ghozali, 2011: 139).

Salah satu cara untuk menguji heteroskedastisitas adalah dengan melihat penyebaran dari varians residual. Dalam

penelitian ini, heteroskedastisitas dapat dilihat dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Heteroskedastisitas dideteksi dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ diprediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-*studentized*. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Sedangkan jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Imam Ghazali, 2011: 139).

Cara lain untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas adalah dengan uji *Park*. Uji *Park* dilakukan dengan menyimpan nilai residual ke dalam data, mengabsolutkan nilai residual dan melakukan analisis regresi atau meregres nilai absolut residual atas seluruh variabel bebas (Ali Muhson, 2012 :28). Apabila pengujian $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ atau signifikansi $> 0,05$, maka menunjukkan adanya homoskedastisitas (tidak terjadi heteroskedastisitas). Begitu pula sebaliknya, jika

pengujian $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ atau signifikansi $< 0,05$, maka menunjukkan adanya homoskedastisitas.

4) Uji Autokorelasi

Asumsi independensi dapat dilakukan dengan pengujian autokorelasi diantara variabel-variabel yang ada. Untuk melakukan uji autokorelasi, dapat mempergunakan *Durbin-Watson* statistik (Sujoko Efferin, Stevanus Hadi Darmadji & Tan Yuliawati, 2008: 193).

Metode statistik *Durbin Watson* akan mengukur korelasi antara masing-masing residual dengan residual lainnya dari data yang diambil dari periode yang saling berurutan. Formula *Durbin Watson statistic* adalah sebagai berikut (Sujoko Efferin, Stevanus Hadi Darmadji & Tan Yuliawati, 2008: 199):

$$D = \frac{\sum_{i=2}^n (e_i - e_{i-1})^2}{\sum_{i=1}^n e_i^2}$$

Dimana e_i = residual at the time period i

Jika residual dari data yang ada memiliki korelasi positif, maka nilai dari D akan mendekati angka nol, sedangkan jika residual tidak memiliki korelasi, maka nilai dari D akan mendekati nilai 2. Jika residual memiliki korelasi negatif, maka nilai D akan lebih besar dari 2 namun dibawa nilai maksimal 4.

b. Uji Hipotesis

1) Mencari persamaan garis regresi dengan satu prediktor

Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen (Sugiyono, 2010: 261).

Persamaan regresi linier sederhana (Sugiyono, 2010: 261)

$$\hat{Y} = a + bX$$

Keterangan :

\hat{Y} : Subjek dalam variabel dependen yang diprediksikan.

a : Harga Y ketika harga X = 0 (harga konstan).

b : Angka arah atau koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada perubahan variabel independen. Bila (+) arah garis naik dan bila (-) maka arah garis turun.

X : Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

2) Menguji signifikansi dengan uji t

Uji t dilakukan untuk menguji signifikansi dari setiap variabel independen akan berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji t dilakukan dengan rumus sebagai berikut (Sugiyono, 2010: 230):

$$t = \frac{t(\sqrt{n-2})}{(\sqrt{1-r^2})}$$

Keterangan :

t = t hitung

r = koefisien korelasi

n = jumlah sampel

Pengambilan kesimpulan dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} . Jika t_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan t_{tabel} pada taraf signifikansi 5%, maka variabel pengaruh memiliki pengaruh yang signifikan. Sebaliknya jika t_{hitung} lebih kecil dibandingkan t_{tabel} pada taraf signifikansi 5% maka variabel tersebut memiliki pengaruh yang tidak signifikan. Perhitungan t_{tabel} pada penelitian ini adalah jumlah sampel dikurangi jumlah variabel untuk masing-masing regresi (Sugiyono, 2010: 231).

Pengambilan kesimpulan hipotesis diterima atau ditolak ditentukan dengan kriteria sebagai berikut :

- a) Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau tingkat sig $t < \alpha = 0,05$ maka hipotesis penelitian didukung, artinya variabel independen pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* berpengaruh signifikan terhadap masing-masing variabel dependen *return on equity (ROE)*, *return on asset (ROA)*, *earning per share (EPS)* dan *net profit margin (NPM)* pada perusahaan *high profile* yang terdaftar di BEI periode 2009-2011.
- b) Nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau tingkat sig $t > \alpha = 0,05$ maka hipotesis penelitian ini tidak didukung, artinya variabel independen pengungkapan *corporate social responsibility*

(*CSR*) tidak berpengaruh signifikan terhadap masing-masing variabel dependen *return on equity (ROE)*, *return on asset (ROA)*, *earning per share (EPS)* dan *net profit margin (NPM)* pada perusahaan *high profile* yang terdaftar di BEI periode 2009-2011.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari *website* resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) dan *website* perusahaan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan yang berkategori *high profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2009-2011. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yakni pengambilan sampel dengan pertimbangan dan kriteria tertentu. Berdasarkan metode pengambilan sampel ini, didapat 28 perusahaan yang memenuhi kriteria penelitian. Hal ini dapat dilihat pada tabel 1 yang menunjukkan populasi dan sampel.

Tabel 1 Pemilihan Populasi dan Sampel

No	Uraian	Jumlah perusahaan
1	Populasi perusahaan berkategori <i>high profile</i> yang terdaftar BEI periode 2009-2011	104
2	Perusahaan <i>high profile</i> yang menerbitkan laporan tahunan berturut-turut selama tahun 2009-2011	45
3	Perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR berturut-turut selama tahun 2009-2011	28

Jumlah perusahaan berkategori *high profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2009-2011 adalah 104 perusahaan. Namun tidak semua perusahaan melaporkan laporan tahunan dan laporan CSR selama 3 tahun berturut-turut yakni dari 2009-2011. Terdapat 45 perusahaan yang

memberikan laporan tahunan selama 3 tahun berturut-turut dari 2009-2011 dan 28 perusahaan memberikan laporan tahunan dan laporan CSR selama 3 tahun berturut-turut yakni tahun 2009-2011.

Jumlah sampel pada penelitian ini ada 28 perusahaan yaitu perusahaan yang melaporkan laporan tahunan dan laporan CSR selama 3 tahun berturut-turut dari tahun 2009-2011. Data perusahaan sampel yang diambil untuk penelitian ini adalah data untuk perhitungan ROE, ROA, EPS, NPM dan CSR yang meliputi laba bersih setelah pajak, ekuitas saham biasa, total aset, jumlah saham biasa dalam peredaran, penjualan dan laporan CSR untuk menghitung indeks CSR. Karena dalam penelitian ini memiliki 3 periode untuk masing-masing perusahaan, maka jumlah sampel untuk penelitian ini ada 84 sampel penelitian.

B. Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata, median, maksimum dan maksimum. Penelitian ini menggunakan variabel bebas pengungkapan CSR dan variabel terikat profitabilitas yang diukur dengan *return on equity (ROE)*, *return on asset (ROA)*, *earning per share (EPS)* dan *net profit margin (NPM)*.

1. *Return on Equity (ROE)*

Dalam penelitian ini, *return on equity (ROE)* perusahaan dipengaruhi oleh pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan. *Return on equity (ROE)* menunjukkan tingkat pengembalian ekuitas dari aktifitas investasi dan penjualan yang dilakukan perusahaan (Freddy Rangkuti, 2005: 154). ROE dihitung dengan rumus :

$$ROE = \frac{\text{Profit After Tax}}{\text{Net Worth}}$$

Profit after tax adalah laba bersih setelah pajak dan *net worth* adalah ekuitas saham biasa.

Berikut ini adalah deskripsi *Return on Equity* selama periode 2009-2011:

Tabel 2. Deskripsi Variabel *Return on Equity (ROE)* 2009-2011

Keterangan	ROE
Nilai Minimum	-0,99
Nilai Maksimum	1,86
Rata-rata	0,12

Sumber : Lampiran 5

Berdasarkan tabel deskripsi ROE pada perusahaan berkategori *high profile* yang terdaftar di BEI selama periode 2009-2011 memiliki rata-rata ROE 0,12. Nilai minimum ROE adalah -0,99 dan nilai maksimum ROE adalah 1,86.

2. *Return on Asset (ROA)*

Dalam penelitian ini, *return on asset (ROA)* perusahaan dipengaruhi oleh pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan. *Return on asset (ROA)* mengukur kemampuan perusahaan atas keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktifitas yang digunakan untuk aktifitas operasi

perusahaan dengan tujuan menghasilkan laba dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya (Ang, Robert, 2007: 29).

Rumus untuk menghitung ROA (Brigham dan Houston, 2006: 109):

$$ROA = \frac{\text{laba bersih yang tersedia bagi pemegang saham biasa}}{\text{Total Aktiva}}$$

Laba bersih yang tersedia bagi pemegang saham biasa yang dimaksud adalah laba bersih setelah pajak.

Berikut ini adalah deskripsi *Return on Asset (ROA)* selama periode 2009-2011:

Tabel 3. Deskripsi Variabel *Return on Asset (ROA)* 2009-2011

Keterangan	ROA
Nilai Minimum	-0,62
Nilai Maksimum	0,36
Rata-rata	0,034

Sumber : Lampiran 5

Berdasarkan tabel deskripsi ROA pada perusahaan berkategori *high profile* yang terdaftar di BEI selama periode 2009-2011 memiliki rata-rata ROE 0,034. Nilai minimum ROA adalah -0,62 dan nilai maksimum ROA adalah 0,36.

3. *Earning per Share (EPS)*

Dalam penelitian ini, *earning per share (EPS)* perusahaan dipengaruhi oleh pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan. Rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dan mendistribusikan laba yang diraih perusahaan kepada pemegang saham.

EPS dihitung dengan cara (Freddy Rangkuti, 2005: 155):

$$EPS = \frac{\text{Profit After Tax}}{\text{Number of Common Shares Outstanding}}$$

Profit after tax adalah laba bersih setelah pajak dan *number of common share outstanding* adalah jumlah saham biasa dalam peredaran.

Berikut ini adalah deskripsi *Earning per Share (EPS)* selama periode 2009-2011:

Tabel 4. Deskripsi Variabel *Earning per Share (EPS)* 2009-2011

Keterangan	EPS
Nilai Minimum	-699,77
Nilai Maksimum	773,08
Rata-rata	102,93

Sumber : Lampiran 5

Berdasarkan tabel deskripsi EPS pada perusahaan berkategori *high profile* yang terdaftar di BEI selama periode 2009-2011 memiliki rata-rata EPS 102,93. Nilai minimum EPS adalah -699,77 dan nilai maksimum EPS adalah 773,08.

4. *Net Profit Margin (NPM)*

Dalam penelitian ini, *net profit margin (NPM)* perusahaan dipengaruhi oleh pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan. Rasio ini menggambarkan laba untuk para pemegang saham dari presentase penjualan serta merupakan ukuran kemampuan perusahaan untuk mengubah tiap rupiah yang diperoleh dari penjualan menjadi keuntungan bersih (*net profit*). Cara menghitung *net profit margin (NPM)* adalah (Freddy Rangkuti, 2005: 150):

$$NPM = \frac{\text{Profit after tax}}{\text{Sales}}$$

Profit after tax adalah laba bersih setelah pajak dan *sales* adalah penjualan.

Berikut ini adalah deskripsi *Net Profit Margin (NPM)* selama periode 2009-2011:

Tabel 5. Deskripsi Variabel *Net Profit Margin (NPM)* 2009-2011

Keterangan	NPM
Nilai Minimum	-637,47
Nilai Maksimum	39,56
Rata-rata	-9,4

Sumber : Lampiran 5

Berdasarkan tabel deskripsi NPM pada perusahaan berkategori *high profile* yang terdaftar di BEI selama periode 2009-2011 memiliki rata-rata NPM -9,4. Nilai minimum NPM adalah -637,47 dan nilai maksimum NPM adalah 39,56.

5. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Dalam penelitian ini, pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebagai variabel bebas yang mempengaruhi masing-masing variabel terikat ROE, ROA, EPS dan NPM. Pengungkapan CSR diukur menggunakan indikator dari *Global Reporting Initiative (GRI)* dengan jumlah 79 pengungkapan. Pengungkapan CSR dengan indikator dari *Global Reporting Initiative (GRI)* dihitung dengan rumus (Barbara Gunawan dan Suharti Sri Utami, 2008: 178) :

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$$

Keterangan :

$CSRI_j$: *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan

$\sum X_{ij}$: Jumlah pengungkapan CSR perusahaan

N_{ij} : jumlah item untuk perusahaan sebesar 79 indikator

Berikut ini adalah deskripsi *Corporate Social Responsibility (CSR)* selama periode 2009-2011:

Tabel 6. Deskripsi Variabel *Corporate Social Responsibility (CSR)* 2009-2011

Keterangan	CSR
Nilai Minimum	0,076
Nilai Maksimum	0,468
Rata-rata	0,218

Sumber : Lampiran 5

Berdasarkan tabel deskripsi CSR pada perusahaan berkategori *high profile* yang terdaftar di BEI selama periode 2009-2011 memiliki rata-rata CSR 0,218. Nilai minimum CSR adalah 0,076 dan nilai maksimum CSR adalah 0,468. Pengungkapan CSR pada perusahaan *high profile* yang terdaftar di BEI periode 2009-2011 ini termasuk rendah karena jauh dari indeks sempurna pengungkapan CSR yakni 1,00.

C. Analisis Inferensial

1. Uji Asumsi

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas juga bertujuan untuk menguji dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

Pada penelitian ini, uji normalitas menggunakan penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan taraf signifikansi 5%. Jika nilai signifikansi dari nilai *Kolmogorov-Smirnov* $> 5\%$, data yang digunakan berdistribusi normal (Imam Ghozali, 2011: 150).

Tabel 7. Hasil uji normalitas

No	Uraian	Koefisien <i>Kolmogorov Smirnov</i>	Sig	Keterangan
1	ROE	1,984	0,001	Tidak normal
2	ROA	2,087	0,000	Tidak normal
3	EPS	2,089	0,000	Tidak normal
4	NPM	3,376	0,000	Tidak normal
5	CSR	0,950	0,327	Normal

Sumber : Lampiran 6

Berdasarkan hasil pengujian normalitas pada tabel 7, dapat diketahui hanya ada satu data yang berdistribusi normal yaitu CSR dan empat data lainnya yaitu ROE, ROA, EPS dan NPM berdistribusi tidak normal. Hal ini dapat dilihat dari *Asymp. Sig* (2-tailed) pada data ROE, ROE, EPS dan NPM masing-masing 0,001, 0,000, 0,000 dan 0,000 yang artinya $< \alpha$ ($=0,05$) sehingga data berdistribusi tidak normal. Sedangkan pada data CSR memiliki nilai *Asymp. Sig* (2-tailed) 0,330 Sig (0,327 $> \alpha$ ($=0,05$)) sehingga data CSR berdistribusi normal.

Untuk mengatasi ketidaknormalan data, maka data ditransformasikan ke dalam bentuk Logaritma Natural (LN). Hasil

uji normalitas data setelah ditransformasi dapat dilihat pada tabel uji normalitas berikut ini:

Tabel 8. Hasil uji normalitas dengan 84 sampel setelah di logaritma natural (LN)

No	Uraian	Koefisien <i>Kolmogorov Smirnov</i>	Sig	Keterangan
1	LnROE	1,089	0,187	Normal
2	LnROA	0,980	0,292	Normal
3	LnEPS	0,811	0,527	Normal
4	LnNPM	0,811	0,527	Normal
5	LnCSR	0,884	0,416	Normal

Sumber : Lampiran 6

Berdasarkan hasil uji normalitas 84 sampel setelah data ditransformasi menjadi logaritma natural, semua data berdistribusi secara normal karena semua nilai *Asymp. Sig* (2-tailed) $\text{sig} > \alpha$ ($=0,05$).

b. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan menguji apakah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen bersifat linear. Uji linearitas berasumsi bahwa fungsi yang benar adalah fungsi linear. Uji linearitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 9 berikut ini:

Tabel 9. Hasil Uji Linearitas

Keterangan	F	Sig	Ksimpulan
CSR-ROE	0,700	0,846	Linear
CSR-ROA	0,748	0,796	Linear
CSR-EPS	0,935	0,566	Linear
CSR-NPM	1,405	0,141	Linear

Sumber : Lampiran 7

Dari tabel diatas, pengaruh CSR terhadap masing-masing ROE, ROA, EPS dan NPM bersifat linear karena memiliki nilai signifikansi diatas 0,05.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika pengamatan dari satu residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Imam Ghozali, 2011: 139).

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Park*. Uji *Park* dilakukan dengan menyimpan nilai residual ke dalam data, mengabsolutkan nilai residual dan melakukan analisis regresi atau meregres nilai absolut atas seluruh variabel bebas (Ali, 2012 : 28). Apabila pengujian $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ atau signifikansi $> 0,05$, maka menunjukan adanya homoskedastisitas (tidak terjadi heteroskedastisitas).

Pengujian heteroskedastisitas dengan uji *Park* dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 10. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Keterangan	T-hitung	Sig	Kesimpulan
CSR terhadap ROE	1,253	0,214	Tidak ada Heteroskedastisitas

CSR terhadap ROA	0,571	0,569	Tidak ada Heteroskedastisitas
CSR terhadap EPS	2,151	0,034	Terjadi Heteroskedastisitas
CSR terhadap NPM	-1,129	0,262	Tidak ada Heteroskedastisitas

Sumber : Lampiran 8

Dari hasil pengujian heteroskedastisitas, terdapat 1 keterangan yang memiliki heteroskedastisitas yaitu pengaruh CSR terhadap EPS, karena memiliki signifikansi $t_{hitung} < 0,05$. Oleh karena itu, perlu menghilangkan heteroskedastisitas dengan transformasi data. Model transformasi akar kuadrat dapat dilakukan untuk menghilangkan heteroskedastisitas. Sehingga akan menghasilkan variabel baru yaitu Y, X1 dan X2

$$\text{Variabel Y} = \frac{\ln EPS}{\sqrt{\ln CSR}}$$

$$\text{Variabel X1} = \frac{1}{\sqrt{\ln CSR}}$$

$$\text{Variabel X2} = \sqrt{\ln CSR}$$

Hasil uji heteroskedastisitas dari variabel baru tersebut adalah :

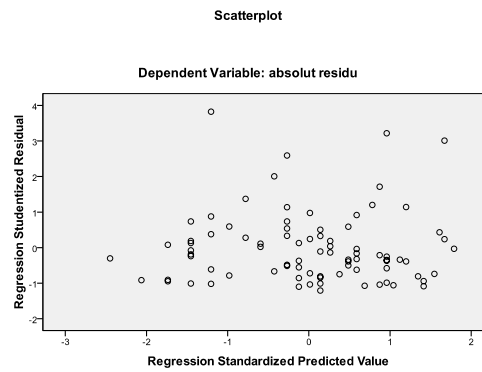
Tabel 11. Hasil Uji Heteroskedastisitas Variabel Baru

Keterangan	T-hitung	Sig	Kesimpulan
CSR terhadap EPS	0,194	0,847	Tidak ada Heteroskedastisitas

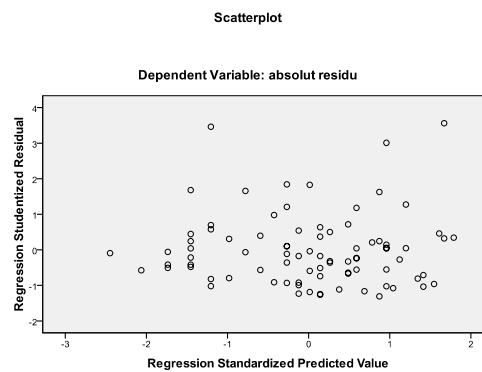
Sumber : Lampiran 8

Berdasarkan hasil pengujian heteroskedastisitas diatas, pengujian CSR terhadap EPS tidak terdapat heteroskedastisitas karena memiliki nilai signifikansi $> 0,05$.

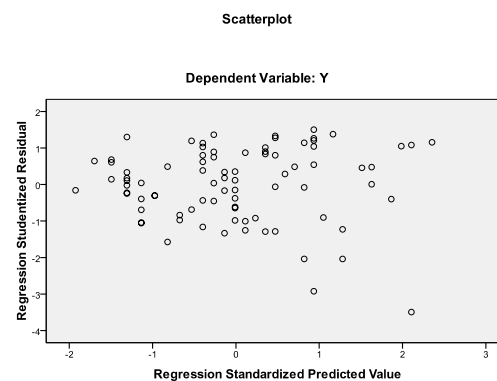
Pengujian heteroskedastisitas juga dapat dilihat dengan grafik *scatterplot* yang dapat dilihat pada gambar berikut:



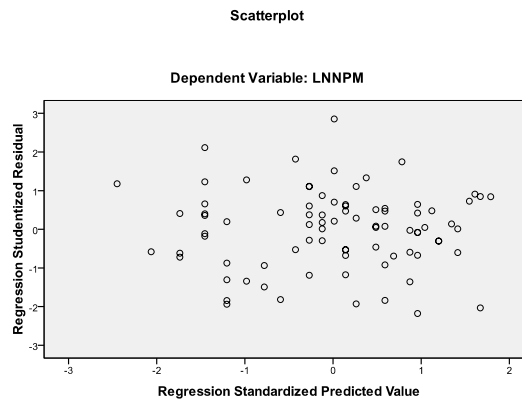
Gambar 2. Grafik plot uji heteroskedastisitas CSR terhadap ROE



Gambar 3. Grafik plot uji heteroskedastisitas CSR terhadap ROA



Gambar 4. Grafik plot uji heteroskedastisitas CSR terhadap EPS



Gambar 5. Grafik plot uji heteroskedastisitas CSR terhadap NPM

Berdasarkan keempat gambar uji heteroskedastisitas diatas, menunjukkan tidak ada heteroskedastisitas karena titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan penganggu pada periode tertentu dengan kesalahan penganggu pada periode sebelumnya. Pengujian autokorelasi dapat dilakukan dengan uji *Durbin-Watson*.

Pengujian *Durbin-Watson* dilakukan dengan nilai *Durbin-Watson* dari hasil estimasi. Koefisien *Durbin-Watson* antara 0-4. Apabila koefisien *Durbin-Watson* sekitar 2, dapat dikatakan tidak ada korelasi. Apabila besarnya mendekati 0, maka terdapat autokorelasi positif dan apabila mendekati 4 maka terdapat autokorelasi negatif. Berikut ini tabel yang dapat digunakan untuk

pengambilan keputusan ada atau tidaknya autokorelasi (Ghozali, 2011:111):

Tabel 12. Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi

Hipotesis nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	No decision	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada korelasi negatif	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada korelasi negatif	No decision	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tidak ada autokorelasi positif atau negatif	Tidak ditolak	$du < d < 4 - du$

Uji autokorelasi pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 13. Uji autokorelasi

Keterangan	Dl	du	<i>Durbin-Watson</i>	Keputusan
CSR terhadap ROE	1,482	1,528	1,311	Tolak
CSR terhadap ROA	1,482	1,528	1,255	Tolak
CSR terhadap EPS	1,482	1,528	1,059	Tolak
CSR terhadap NPM	1,482	1,528	0,847	Tolak

Sumber : Lampiran 9

Berdasarkan hasil uji autokorelasi pengaruh CSR terhadap masing-masing ROE, ROA, EPS dan NPM berada pada daerah yang memiliki korelasi positif. Nilai DW pada keempat keterangan diatas memiliki nilai dibawah dl (1,482) sehingga memiliki keputusan ditolak. Oleh karena itu, perlu melakukan pengobatan autokorelasi dengan estimasi *Durbin Watson* dengan rumus (Imam Ghazali, 2011: 130) :

$$\rho = 1 - \frac{d}{2}$$

Keterangan :

ρ = estimasi Durbin Watson

d = Nilai DW yang memiliki autokorelasi

Tabel 14. Nilai ρ untuk masing-masing keterangan :

Keterangan	<i>Durbin-Watson</i>	ρ
CSR terhadap ROE	1,311	0,3445
CSR terhadap ROA	1,255	0,3725
CSR terhadap EPS	1,059	0,4705
CSR terhadap NPM	0,847	0,5765

Nilai ρ digunakan untuk membuat variabel baru untuk pengujian autokorelasi. Variabel baru tersebut antara lain:

Tabel 15. Perhitungan variabel baru untuk uji autokorelasi

Keterangan	Variabel	Perhitungan
CSR terhadap ROE	LnROE@	LnROE – 0,3445*Lag(LnROE)
	LnCSR@	LnCSR – 0,3445*Lag(LnCSR)
CSR terhadap ROA	LnROA@	LnROA – 0,3725*Lag(LnROA)
	LnCSR@	LnCSR – 0,3725*Lag(LnCSR)
CSR terhadap EPS	LnEPS@	LnEPS – 0,4705*Lag(LnEPS)
	LnCSR@	LnCSR – 0,4705*Lag(LnCSR)
CSR terhadap NPM	LnNPM@	LnNPM – 0,5765*Lag(LnNPM)
	LnCSR@	LnCSR – 0,5765*Lag(LnCSR)

Setelah memiliki variabel baru, dilakukan uji autokorelasi dengan variabel baru tersebut sehingga memiliki hasil sebagai berikut:

Tabel 16. Uji autokorelasi

Keterangan	dl	du	<i>Durbin-Watson</i>	Keputusan
CSR terhadap ROE	1,482	1,528	1,973	Tidak ditolak
CSR terhadap ROA	1,482	1,528	1,958	Tidak ditolak
CSR terhadap EPS	1,482	1,528	1,914	Tidak ditolak
CSR terhadap NPM	1,482	1,528	1,867	Tidak ditolak

Sumber : Lampiran 9

Hasil uji autokorelasi menunjukkan nilai DW diantara $du < d < 4 - du$ ($1,528 < d < 2,472$ ($4 - 1,528$)) sehingga tidak terdapat autokorelasi dan memiliki keputusan tidak ditolak.

2. Uji Hipotesis

a. Pengujian Regresi

Regresi linear sederhana bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini, regresi linear sederhana dilakukan untuk mengetahui pengaruh CSR terhadap ROE, CSR terhadap ROA dan CSR terhadap NPM. Karena masing-masing memiliki variabel independen satu yaitu CSR. Berikut ini adalah hasil regresi linear sederhana:

Tabel 17. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Keterangan	Konstanta	Koef. Regresi	t-hitung	Sig	Hasil
CSR – ROE	-1,396	0,057	0,148	0,883	Hipotesis ditolak
CSR – ROA	-1,674	0,240	0,648	0,519	Hipotesis ditolak
CSR – EPS	1,932	1,147	44,318	0,000	Hipotesis diterima
CSR – NPM	1,152	0,472	1,163	0,248	Hipotesis ditolak

Sumber : Lampiran 10

Berdasarkan hasil regresi, CSR tidak mempengaruhi ROE, ROA dan NPM karena memiliki nilai signifikan lebih dari 0,05. Sedangkan CSR mempengaruhi EPS karena memiliki signifikansi kurang dari 0,05.

Berdasarkan hasil perhitungan regresi, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$\text{ROE} = -1,396 + 0,057 \text{ CSR}$$

$$\text{ROA} = -1,674 + 0,240 \text{ CSR}$$

$$\text{EPS} = 1,932 + 1,147 \text{ CSR}$$

$$\text{NPM} = 1,152 + 0,472 \text{ CSR}$$

Apabila nilai koefisien regresi berupa angka yang positif, maka terdapat pengaruh yang positif yakni adanya hubungan yang berbanding lurus antara variabel independen dan variabel dependen. Adanya peningkatan persentase pada variabel independen, maka akan berpengaruh pada peningkatan persentase variabel dependen juga. Apabila nilai koefisien regresi berupa angka yang negatif, maka terdapat pengaruh yang negatif yakni adanya hubungan yang berbanding terbalik antara variabel independen dan variabel dependen. Adanya peningkatan persentase pada variabel independen, maka akan berpengaruh pada penurunan persentase variabel dependen. Sedangkan apabila nilai koefisien regresi bernilai 0, maka tidak terdapat pengaruh yang positif maupun negatif sehingga perubahan variabel independen tidak mempengaruhi perubahan variabel dependen.

Secara keseluruhan, interpretasi dari persamaan regresi adalah sebagai berikut:

- 1) Koefisien regresi pengaruh CSR terhadap ROE menunjukkan nilai sebesar 0,057 dengan nilai signifikansi 0,883. Nilai signifikansi 0,883 lebih besar dari 0,05 sehingga variabel CSR tidak memiliki pengaruh terhadap ROE. Kesimpulannya hipotesis pertama yaitu pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* berpengaruh positif terhadap *return on equity (ROE)* pada perusahaan *high profile* yang terdaftar di BEI periode 2009-2011 ditolak. Tanda koefisien regresi ini positif sehingga peningkatan pengungkapan CSR akan meningkatkan nilai *return on equity (ROE)* perusahaan namun memiliki nilai yang tidak signifikan. Peningkatan pengungkapan CSR sebesar 1 persen akan meningkatkan *return on equity (ROE)* perusahaan sebesar 0,057 persen.
- 2) Koefisien regresi pengaruh CSR terhadap ROA menunjukkan nilai sebesar 0,240 dengan nilai signifikansi 0,519. Nilai signifikansi 0,519 lebih besar dari 0,05 sehingga variabel CSR tidak memiliki pengaruh terhadap ROA. Kesimpulannya hipotesis kedua yaitu pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* berpengaruh positif terhadap *return on asset (ROA)* pada perusahaan *high profile* yang terdaftar di BEI periode 2009-2011 ditolak. Tanda koefisien regresi ini positif sehingga peningkatan pengungkapan CSR akan meningkatkan nilai *return on asset (ROA)* perusahaan namun

memiliki nilai yang tidak signifikan. Peningkatan pengungkapan CSR sebesar 1 persen akan meningkatkan *return on asset (ROA)* perusahaan sebesar 0,240 persen.

- 3) Koefisien regresi pengaruh CSR terhadap EPS menunjukkan nilai sebesar 1,147 dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga variabel CSR memiliki pengaruh terhadap EPS. Kesimpulannya hipotesis ketiga yaitu pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* berpengaruh positif terhadap *earning per share (EPS)* pada perusahaan *high profile* yang terdaftar di BEI periode 2009-2011 diterima. Tanda koefisien regresi ini positif sehingga peningkatan pengungkapan CSR akan meningkatkan nilai *earning per share (EPS)* perusahaan. Peningkatan pengungkapan CSR sebesar 1 persen akan meningkatkan nilai *earning per share (EPS)* perusahaan sebesar 1,147 persen.
- 4) Koefisien regresi pengaruh CSR terhadap NPM menunjukkan nilai sebesar 0,472 dengan nilai signifikansi 0,248. Nilai signifikansi 0,248 lebih besar dari 0,05 sehingga variabel CSR tidak memiliki pengaruh terhadap NPM. Kesimpulannya hipotesis keempat yaitu pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* berpengaruh positif terhadap *net profit margin (NPM)* pada perusahaan *high profile* yang terdaftar di BEI periode 2009-2011 ditolak. Tanda koefisien regresi ini

positif sehingga peningkatan pengungkapan CSR akan meningkatkan nilai *net profit margin (NPM)* perusahaan namun memiliki nilai yang tidak signifikan. Peningkatan pengungkapan CSR sebesar 1 persen akan meningkatkan *net profit margin (NPM)* perusahaan sebesar 0,472 persen.

b. Menguji Signifikansi Dengan Uji t

Uji t dilakukan untuk menguji signifikansi dari setiap variabel independen akan berpengaruh terhadap variabel dependen. Nilai t_{tabel} pada penelitian ini adalah 1,664 dengan nilai df 82 (84-2) karena jumlah sampel pada penelitian ini 84 dan setiap regresi memiliki 2 variabel yaitu 1 variabel bebas dan 1 variabel terikat. Hasil uji t pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 18. Hasil Uji t

Keterangan	t-hitung	t-tabel	Sig	Kesimpulan
CSR – ROE	0,148	1,664	0,883	Hipotesis Ditolak
CSR – ROA	0,648	1,664	0,519	Hipotesis Ditolak
CSR – EPS	44,318	1,664	0,000	Hipotesis Diterima
CSR – NPM	1,163	1,664	0,248	Hipotesis Ditolak

Sumber : Lampiran 10

Dari pengujian signifikansi dengan nilai t diatas, 3 hasil menyatakan hipotesis ditolak yaitu variabel independen CSR tidak mempengaruhi ROE, ROA dan NPM karena memiliki nilai $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ dengan nilai signifikansi lebih dari 0,05. Sedangkan CSR mempengaruhi EPS karena memiliki nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05. Nilai t_{hitung} CSR terhadap ROE

adalah $0,148 < \text{nilai } t_{\text{tabel}} 1,664$ dengan nilai signifikansi $0,883$ sehingga tidak terdapat pengaruh antara CSR dan ROE. Nilai t_{hitung} CSR terhadap ROA adalah $0,648 < \text{nilai } t_{\text{tabel}} 1,664$ dengan nilai signifikansi $0,519$ sehingga tidak terdapat pengaruh antara CSR dan ROA. Nilai t_{hitung} CSR terhadap EPS adalah $44,318 > \text{nilai } t_{\text{tabel}} 1,664$ dengan nilai signifikansi $0,000$ sehingga terdapat pengaruh antara CSR dan EPS. Nilai t_{hitung} CSR terhadap NPM adalah $1,163 < \text{nilai } t_{\text{tabel}} 1,664$ dengan nilai signifikansi $0,248$ sehingga tidak terdapat pengaruh antara CSR dan NPM.

D. Pembahasan

1. Hipotesis pertama pada penelitian ini adalah pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* berpengaruh positif terhadap *return on equity (ROE)* pada perusahaan *high profile* yang terdaftar di BEI periode 2009-2011. Hasil penelitian ini tidak menunjukkan adanya pengaruh positif yang signifikan pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* terhadap *return on equity (ROE)* dengan nilai $t_{\text{hitung}} 0,148 < \text{nilai } t_{\text{tabel}} 1,664$ dan nilai signifikansi $0,883 > 0,05$ sehingga hipotesis ditolak. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa semakin tinggi indeks pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan, tidak berpengaruh secara signifikan pada peningkatan pengembalian ekuitas atau *return on equity (ROE)* yang diperoleh perusahaan.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Danu Candra Indrawan (2011) yaitu *corporate social responsibility*

berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan (ROE) dan penelitian yang dilakukan Lintang Kurniawati (2012) yaitu tanggung jawab sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas yang dicerminkan dengan ROE. Akan tetapi, penelitian ini mendukung hasil penelitian Fauzi *et al* (2007) yaitu *corporate social performance* tidak menunjukkan hubungan yang signifikan terhadap ROE dan penelitian Kartika Hendra Titisari, Eko Suwardi dan Doddy Setiawan yaitu pengungkapan CSR tidak berpengaruh pada *stock return* atau pengembalian saham yang merupakan ekuitas perusahaan. Hal ini didukung dengan argumen bahwa dengan adanya kegiatan CSR menjadi biaya bagi perusahaan yang dapat mengurangi atau tidak dapat meningkatkan laba bersih perusahaan tersebut secara signifikan. Secara koefisien, adanya pengungkapan CSR pada perusahaan *high profile* yang terdaftar di BEI periode 2009-2011 hanya meningkatkan ROE sebesar 0,057 persen. Meskipun memiliki pengaruh yang positif, namun nilainya tidak signifikan.

2. Hipotesis kedua pada penelitian ini adalah pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* berpengaruh positif terhadap *return on asset (ROA)* pada perusahaan *high profile* yang terdaftar di BEI periode 2009-2011. Hasil penelitian ini tidak menunjukkan adanya pengaruh positif yang signifikan pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* terhadap *return on asset (ROA)* dengan nilai t_{hitung} $0,648 < \text{nilai } t_{tabel} 1,664$ dan nilai signifikansi $0,519 > 0,05$ sehingga

hipotesis ditolak. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa semakin tinggi indeks pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan, tidak berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pengembalian aktiva untuk aktifitas operasi perusahaan atau *return on asset (ROA)* yang diperoleh perusahaan.

Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan Lintang Kurniawati (2012) yaitu tanggung jawab sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas yang dicerminkan dengan ROA. Akan tetapi, penelitian ini mendukung hasil penelitian Fauzi *et al* (2007) yaitu *corporate social performance* tidak menunjukkan hubungan yang signifikan terhadap ROA. Hal ini didukung dengan argumen bahwa dengan adanya kegiatan CSR menjadi biaya bagi perusahaan yang dapat mengurangi atau tidak dapat meningkatkan laba bersih perusahaan tersebut secara signifikan. Peningkatan aset apabila tidak diimbangi dengan peningkatan laba akan berakibat pada rasio *return on asset (ROA)* yang rendah. Secara koefisien, adanya pengungkapan CSR pada perusahaan *high profile* yang terdaftar di BEI periode 2009-2011 hanya meningkatkan ROA sebesar 0,240 persen. Meskipun memiliki pengaruh yang positif, namun nilainya tidak signifikan.

3. Hipotesis ketiga pada penelitian ini adalah pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* berpengaruh positif terhadap *earning per share (EPS)* pada perusahaan *high profile* yang terdaftar di BEI

periode 2009-2011. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif yang signifikan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap *earning per share* (EPS) dengan nilai $t_{hitung} 44,318 >$ nilai $t_{tabel} 1,664$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga hipotesis diterima. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa semakin tinggi indeks pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan, maka semakin tinggi pula *earning per share* (EPS) yang diperoleh perusahaan untuk dibagikan kepada para investor.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Barbara Gunawan dan Suharti Sri Utami yaitu *corporate social responsibility* memiliki implikasi positif terhadap nilai perusahaan. Nilai perusahaan dalam hal ini adalah saham. Namun erat kaitannya juga dengan laba per lembar saham. Tingginya laba per lembar saham akan menarik perhatian investor untuk menanamkan saham pada suatu perusahaan sehingga nilai saham akan naik. Hasil penelitian ini juga mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Rimba Kusumadilaga (2010) yaitu pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Salah satu faktor yang menyebabkan kenaikan laba per lembar saham adalah naiknya laba bersih setelah pajak yang disebabkan salah satu faktornya karena adanya kenaikan penjualan yang dialami oleh perusahaan. Hal ini sesuai dengan manfaat pengungkapan CSR yang disampaikan

4. Hipotesis keempat pada penelitian ini adalah pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* berpengaruh positif terhadap *net profit margin (NPM)* pada perusahaan *high profile* yang terdaftar di BEI periode 2009-2011. Hasil penelitian ini tidak menunjukkan adanya pengaruh positif yang signifikan pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* terhadap *net profit margin (NPM)* dengan nilai $t_{hitung} 1,163 > \text{nilai } t_{tabel} 1,664$ dan nilai signifikansi $0,248 > 0,05$ sehingga hipotesis ditolak. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa semakin tinggi indeks pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan, tidak berpengaruh secara signifikan pada peningkatan *net profit margin (NPM)* yang diperoleh perusahaan.

Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian Mahoney dan Robert (2003) yaitu terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kinerja sosial dan lingkungan perusahaan dengan kinerja keuangan. Kinerja keuangan salah satunya dilihat dengan rasio laba yang diperoleh perusahaan yaitu *net profit margin (NPM)*. Dalam penelitian ini hanya terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan dengan nilai koefisien 0,472. Sehingga kenaikan nilai NPM dengan adanya pengungkapan CSR tidak berpengaruh secara signifikan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* tidak memiliki pengaruh yang positif terhadap pengembalian ekuitas atau *return on equity (ROE)* yang diperoleh perusahaan *high profile* yang terdaftar di BEI periode 2009-2011 karena memiliki nilai $t_{hitung} 0,148 < \text{nilai } t_{tabel} 1,664$ dan nilai signifikansi $0,883 > 0,05$. Peningkatan pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan *high profile*, tidak berpengaruh signifikan pada peningkatan pengembalian ekuitas atau *return on equity (ROE)* yang didapat perusahaan *high profile*.
2. Pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* memiliki pengaruh yang positif terhadap pengembalian aktiva atau *return on asset (ROA)* yang diperoleh perusahaan *high profile* yang terdaftar di BEI periode 2009-2011 karena memiliki nilai $t_{hitung} 0,648 < \text{nilai } t_{tabel} 1,664$ dan nilai signifikansi $0,519 > 0,05$. Peningkatan pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan *high profile*, tidak berpengaruh signifikan pada peningkatan pengembalian aktiva atau *return on asset (ROA)* yang didapat perusahaan *high profile*.

3. Pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* memiliki pengaruh yang positif terhadap laba per lembar saham atau *earning per share (EPS)* yang diperoleh perusahaan *high profile* yang terdaftar di BEI periode 2009-2011 karena memiliki nilai $t_{hitung} 44,318 > \text{nilai } t_{tabel} 1,664$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Peningkatan pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan *high profile*, berpengaruh signifikan pada peningkatan *earning per share* atau laba per lembar saham yang didapat perusahaan *high profile*.
4. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* memiliki pengaruh yang positif terhadap *Net Profit Margin (NPM)* yang diperoleh perusahaan *high profile* yang terdaftar di BEI periode 2009-2011 karena memiliki nilai $t_{hitung} 1,163 < \text{nilai } t_{tabel} 1,6702$ dan nilai signifikansi $0,248 > 0,05$. Peningkatan pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan *high profile*, tidak berpengaruh signifikan pada peningkatan *net profit margin* yang didapat perusahaan *high profile*.

B. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini, masih memiliki beberapa keterbatasan antara lain:

1. Terdapat unsur subjektivitas pada penilaian indeks pengungkapan *corporate social responsibility*.
2. Pengategorian perusahaan *high profile* masih belum ada batasan yang jelas sehingga mengikuti peneliti pendahulu.
3. Berbagai macam rasio profitabilitas, namun dalam penelitian ini baru 4 yang digunakan yaitu ROA, ROE, EPS dan NPM.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan hal-hal yang berkaitan dengan keterbatasan penelitian, maka terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan yaitu :

1. Perusahaan hendaknya melaksanakan dan mengungkapkan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility (CSR)* dengan efisien sehingga tidak mengganggu rasio profitabilitas perusahaan.
2. Bagi investor dan calon investor yang sudah dan akan menanamkan modalnya pada perusahaan hendaknya mempertimbangkan kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan karena memiliki pengaruh terhadap rasio profitabilitas perusahaan.
3. Masyarakat hendaknya dapat menilai perusahaan yang baik salah satunya dengan cara melihat kepedulian perusahaan terhadap lingkungan alam dan masyarakat sekitar.
4. Bagi peneliti selanjutnya :
 - a. Pada penelitian selanjutnya dapat menggunakan laporan keberlanjutan perusahaan atau *sustainability reporting* yang telah dikroscek oleh *Global Reporting Initiative* agar mengurangi resiko subjektif penilaian indeks CSR.
 - b. Untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih baik, penelitian selanjutnya dapat memperpanjang periode penelitian.
 - c. Penelitian selanjutnya dapat menambah rasio profitabilitas karena rasio profitabilitas tidak hanya ROE, ROA, EPS dan NPM.

- d. Populasi penelitian selanjutnya tidak hanya perusahaan *high profile* tetapi dapat diperluas pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- A.B. Susanto. 2009. *Reputation-Driven Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Erlangga.
- Agus Sartono. 1998. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: BPFE.
- Ali Muhson. 2012. *Pelatihan Analisis Statistik Dengan SPSS*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Ang, Robert. 2007. *Buku Pintar Pasar Modal Indonesia (The Intelligent Guide to Indonesian Capital Market)*. Jakarta: Mediasoft Indonesia.
- Bapepam. (2002). *Pedoman Penyajian dan Pengungkapan Laporan Keuangan Emiten atau Perusahaan Publik*. Jakarta.
- Barbara Gunawan dan Suharti Sri Utami. (2008). "Peranan *Corporate Social Responsibility* Dalam Nilai Perusahaan". *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* No 2 Volume 7. September 2008.
- Brigham & Houston. 2006. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Danu Candra Indrawan. (2011). "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Perusahaan". *Skripsi*: Universitas Diponegoro.
- Eddy Rismanda Sembiring. (2005). "Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial : Study Empiris pada Perusahaan Yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta". *Makalah SNA*. September 2005.
- Eipstein, Marc J. and Martin, Freedman. (1994). *Sosial Disclosure and the Individual Investor. Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 7, No. 4, p. 94-108
- Eisenhardt, Kathleen M. (1989). *Agency Theory: An Assesment and Review. Academy of Management Review*. Vol. 14. No. 1, pp. 57-74.
- Fama dan M.C. Jensen. (1983). *Separation of Ownership and Control. Journal of Law and economics*. Vol. XXVI, June, hal. 327-349
- Fauzi, H, Mahoney L dan Rahman A.A. (2007). *The link beetwen corporate social performance and financial performance: evidence from Indonesian companies, Issues in Social and Environmental Accounting* 1 (1): 149-159.

- Finch, Nigel. (2005). *The Motivations for Adopting Sustainability Disclosure. Macquarie Graduate School of Management. Social Science Research Network*.
- Fr. Reni Retno Anggraini. (2006). "Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta)". *Makalah SNA*. Padang, 23-26 Agustus 2006.
- Freddy Rangkuti. 2005. *Business Plan Teknik Perencanaan Bisnis dan Analisis Kasus*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- GRI. (2012). *Sustainability Reporting Guidelines G3*. Diambil dari <https://www.globalreporting.org/>, pada tanggal 29 September 2009.
- Hackston D dan Milne M J. (1996). *Some determinants of social and environmental disclosures in New Zealand companies. Accounting, Auditing & Accountability Journal* 9 (1) : 77-108.
- Harnanto. 2003. *Akuntansi Keuangan Menengah*. Yogyakarta: BPFE.
- Husein Umar. 2011. *Metode Penelitian Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Imam Ghozali. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Isnaeni Ken Zuraedah. (2010). "Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi". *Skripsi: Universitas Pembangunan Nasional Veteran*.
- Kartika Hendra Titisari, Eko Suwardi dan Doddy Setiawan. (2010). "*Corporate Social Responsibility (CSR) dan Kinerja Perusahaan*". *Makalah SNA XIII*
- Lang, Mark dan Lundholm, Russell. (1993). *Cross-Sectional Determinants of Analyst Ratings of Corporate Disclosures. Journal of Accounting Research*, 31 autumn: 246-271.
- Lintang Kurniawati. (2012). "Pengaruh Praktek *Corporate Social Responsibility* Terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Manufaktur di Indonesia yang Terdaftar di BEI". *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Lukas Setia Atmaja. 2009. *Statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Andi.
- Mahoney L dan Roberts R. (2003). *Corporate social and environmental performance and their relation to financial performance and institutional*

ownership: emprical evidence on Canadian firms, School of Accounting University of Central Florida.

- Munawir, S. 2006. *Analisa Laporan Keuangan. Edisi Keempat*. Yogyakarta: Liberty.
- Ni Putu Yuria Mendra & A.A.G.P. Widanaputra. (2012). “Pengaruh *Corporate Governance* Pada Kinerja Perusahaan”. *Jurnal Riset Akuntansi*. Hlm. 67-79.
- Nisya Nur Ayuna. (2008). *Praktek Pengungkapan Sosial Pada Laporan Tahunan Perusahaan di Indonesia. Skripsi: Program Ekstensi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang.*
- Nor Hadi. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Nur Indriantoro & Bambang Supomo. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Nurmansyah A. (2006). “*Corporate Social Responsibility: Isu dan Implementasinya*”. *Kajian Bisnis*. Vol. 14, No. 1: 86-98.
- PSAK no 1 Revisi 2009
- Purwanto. 2011. *Statistika Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rimba Kusumadilaga. (2010). “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating”. *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Sudarmaji, A. M. dan L. Sularto. (2007). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage* dan Tipe Kepemilikan Perusahaan Terhadap Luas *Voluntary Disclosure* Laporan Keuangan Tahunan. *Paper: Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitek dan Sipil) Auditorium Kampus Gunadarma, 21-22Agustus 2007.*
- Sugiyono.2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2010. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sujoko Efferin, Stevanus Hadi Darmadji & Tan Yuliawati. 2008. *Metode Penelitian Akuntansi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suwaldiman. (2000). “Pentingnya Pertimbangan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Penetapan Tujuan Pelaporan Keuangan dalam Conceptual Framework Pelaporan Keuangan Indonesia”. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*. Vol. 4, No. 1: 67-99.

- Suwardjono. (2011). *Teori Akuntansi Perekayasaaan Pelaporan Keuangan*. Yogyakarta: BPFE
- Tri Siwi Nugrahani. (2009). “Perbedaan Karakteristik Perusahaan *High* dan *Low Profile* Pada Pengungkapan Sukarela, Tanggung Jawab Sosial, Likuiditas, Solvabilitas dan Size”. *Jurnal Amenika UPY* Volume 3. 2009.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.
- Walsh, Ciaran. 2003. *Key Management Ratios*. Jakarta: Erlangga.
- Wild J.John., K.R, Subramanyan & Halsey F. Robert . 2005. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.

LAMPIRAN 1

INDIKATOR *GLOBAL*

REPORTING INITIATIVE

(GRI)

Indikator Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial GRI

A	Ekonomi
	Indikator Kinerja
	Aspek Kinerja Ekonomi
1	EC1 Perolehan dan distribusi nilai ekonomi langsung, meliputi pendapatan, biaya operasi, imbal jasa karyawan, donasi, dan investasi komunitas lainnya, laba ditahan, dan pembayaran kepada penyandang dana serta pemerintah.
2	EC2 Implikasi finansial dan risiko lainnya akibat perubahan iklim serta peluangnya bagi aktivitas organisasi.
3	EC3 Jaminan kewajiban organisasi terhadap program imbalan pasti.
4	EC4 Bantuan finansial yang signifikan dari pemerintah.
	Aspek Kehadiran Pasar
5	EC5 Rentang rasio standar upah terendah dibandingkan dengan upah minimum setempat pada lokasi operasi yang signifikan.
6	EC6 Kebijakan, praktek, dan proporsi pengeluaran untuk pemasok lokal pada lokasi operasi yang signifikan.
7	EC7 Prosedur penerimaan pegawai lokal dan proporsi manajemen senior lokal yang dipekerjakan pada lokasi operasi yang signifikan.
	Aspek Dampak Ekonomi Tidak Langsung
8	EC8 Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur serta jasa yang diberikan untuk kepentingan publik secara komersial, natura, atau pro bono.
9	EC9 Pemahaman dan penjelasan dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk seberapa luas dampaknya.
B	Lingkungan
	Indikator Kinerja
	Aspek Material
10	EN1 Penggunaan bahan; diperinci berdasarkan berat atau volume.
11	EN2 Persentase penggunaan bahan daur ulang.
	Aspek Energi
12	EN3 Penggunaan energi langsung dari sumberdaya energi primer.

13	EN4 Pemakaian energi tidak langsung berdasarkan sumber primer.
14	EN5 Penghematan energi melalui konservasi dan peningkatan efisiensi.
15	EN6 Inisiatif untuk mendapatkan produk dan jasa berbasis energi efisien atau energi yang dapat diperbarui, serta pengurangan persyaratan kebutuhan energi sebagai akibat dari inisiatif tersebut
16	EN7 Inisiatif untuk mengurangi konsumsi energi tidak langsung dan pengurangan yang dicapai.
	Aspek Air
17	EN8 Total pengambilan air per sumber.
18	EN9 Sumber air yang terpengaruh secara signifikan akibat pengambilan air.
19	EN10 Persentase dan total volume air yang digunakan kembali dan didaur ulang.
	Aspek Biodiversitas (Keanekaragaman Hayati)
20	EN11 Lokasi dan ukuran tanah yang dimiliki, disewa, dikelola oleh organisasi pelapor yang berlokasi di dalam, atau yang berdekatan dengan daerah yang diproteksi (dilindungi) atau daerah-daerah yang memiliki nilai keanekaragaman hayati yang tinggi di luar daerah yang diproteksi.
21	EN12 Uraian atas berbagai dampak signifikan yang diakibatkan oleh aktivitas, produk, dan jasa organisasi pelapor terhadap keanekaragaman hayati di daerah yang diproteksi (dilindungi) dan di daerah yang memiliki keanekaragaman hayati bernilai tinggi di luar daerah yang diproteksi (dilindungi).
22	EN13 Perlindungan dan Pemulihan Habitat.
23	EN14 Strategi, tindakan, dan rencana mendatang untuk mengelola dampak terhadap keanekaragaman hayati.
24	EN15 Jumlah spesies berdasarkan tingkat risiko kepunahan yang masuk dalam Daftar Merah IUCN (<i>IUCN Red List Species</i>) dan yang masuk dalam daftar konservasi nasional dengan habitat di daerah-daerah yang terkena dampak operasi.
25	EN16 Jumlah emisi gas rumah kaca yang sifatnya langsung maupun tidak langsung dirinci berdasarkan berat.
26	EN17 Emisi gas rumah kaca tidak langsung lainnya diperinci berdasarkan berat.

27	EN18 Inisiatif untuk mengurangi emisi gas rumah kaca dan pencapaiannya.
28	EN19 Emisi bahan kimia yang merusak lapisan ozon (<i>ozone-depleting substances/ODS</i>) diperinci berdasarkan berat.
29	EN20 NOx, SOx dan emisi udara signifikan lainnya yang diperinci berdasarkan jenis dan berat.
30	EN21 Jumlah buangan air menurut kualitas dan tujuan.
31	EN22 Jumlah berat limbah menurut jenis dan metode pembuangan.
32	EN23 Jumlah dan volume tumpahan yang signifikan.
33	EN24 Berat limbah yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah yang dianggap berbahaya menurut Lampiran Konvensi Basel I, II, III dan VIII, dan persentase limbah yang diangkut secara internasional.
34	EN25 Identitas, ukuran, status proteksi dan nilai keanekaragaman hayati badan air serta habitat terkait yang secara signifikan dipengaruhi oleh pembuangan dan limpasan air organisasi pelopor.
	Aspek Produk dan Jasa
35	EN26 Inisiatif untuk mengurangi dampak lingkungan produk dan jasa dan sejauh mana dampak pengurangan tersebut.
36	EN27 Persentase produk terjual dan bahan kemasannya yang ditarik menurut kategori.
	Aspek Kepatuhan
37	EN28 Nilai Moneter Denda yang signifikan dan jumlah sanksi nonmoneter atas pelanggaran terhadap hukum dan regulasi lingkungan.
	Aspek Pengangkutan/ Transportasi
38	EN29 Dampak lingkungan yang signifikan akibat pemindahan produk dan barang-barang lain serta material yang digunakan yang digunakan untuk operasi perusahaan, dan tenaga kerja yang memindahkan.
	Aspek Menyeluruh
39	EN30 Jumlah pengeluaran untuk proteksi dan investasi lingkungan menurut jenis
C	Praktek Tenaga Kerja dan Pekerjaan yang Layak
	Indikator Kinerja
	Aspek Investasi dan Praktek Pengadaan
40	LA1

	Jumlah angkatan kerja menurut jenis pekerjaan, kontrak pekerjaan, dan wilayah.
41	LA2 Jumlah dan tingkat perputaran karyawan menurut kelompok usia, jenis kelamin, dan wilayah.
42	LA3 Manfaat yang disediakan bagi karyawan tetap (purna waktu) yang tidak disediakan bagi karyawan tidak tetap (paruh waktu) menurut kegiatan pokoknya.
	Aspek Tenaga Kerja / Hubungan Manajemen
43	LA4 Persentase karyawan yang dilindungi perjanjian tawar-menawar kolektif tersebut.
44	LA5 Masa pemberitahuan minimal tentang perubahan kegiatan penting, termasuk apakah hal itu dijelaskan dalam perjanjian kolektif tersebut.
	Aspek Kesehatan dan Keselamatan Jabatan
45	LA6 Persentase jumlah angkatan kerja yang resmi diwakili dalam panitia Kesehatan dan Keselamatan antara manajemen dan pekerja yang membantu memantau dan memberi nasihat untuk program keselamatan dan kesehatan jabatan.
46	LA7 Tingkat kecelakaan fisik, penyakit karena jabatan, hari-hari yang hilang, dan ketidakhadiran, dan jumlah kematian karena pekerjaan menurut wilayah
47	LA8 Program pendidikan, pelatihan, penyuluhan/ bimbingan, pencegahan, pengendalian risiko setempat untuk membantu para karyawan , anggota keluarga dan anggota masyarakat, mengenai penyakit berat/berbahaya.
48	LA9 Masalah kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian resmi dengan serikat karyawan.
	Aspek Pelatihan dan Pendidikan
49	LA10 Rata-rata jam pelatihan tiap tahun tiap karyawan menurut kategori/kelompok karyawan.
50	LA11 Program untuk pengaturan keterampilan dan pembelajaran sepanjang hayat yang menunjang kelangsungan pekerjaan karyawan akhir karier dan membantu mereka dalam mengatur akhir karier.
51	LA12 Persentase karyawan yang menerima peninjauan kinerja dan pengembangan karier secara teratur.
52	LA13 Komposisi badan pengelola/penguasa dan perincian karyawan tiap

	kategori/kelompok menurut jenis kelamin, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan keanekaragaman indikator lain.
53	LA14 Perbandingan/rasio gaji dasar pria terhadap wanita menurut kelompok/kategori karyawan
D	Hak Asasi Manusia
	Indikator Kinerja
	Aspek Praktek Investasi dan Pengadaan
54	HR1 Persentase dan jumlah perjanjian investasi signifikan yang memuat klausul HAM atau telah menjalani proses skrining/ filtrasi terkait dengan aspek hak asasi manusia.
55	HR2 Persentase pemasok dan kontraktor signifikan yang telah menjalani proses skrining/ filtrasi atas aspek HAM.
56	HR3 Jumlah waktu pelatihan bagi karyawan dalam hal mengenai kebijakan dan serta prosedur terkait dengan aspek HAM yang relevan dengan kegiatan organisasi, termasuk persentase karyawan yang telah menjalani pelatihan.
	Aspek Nondiskriminasi
57	HR4 Jumlah kasus diskriminasi yang terjadi dan tindakan yang diambil/dilakukan.
	Aspek Kebebasan Berserikat dan Berunding Bersama Berkumpul
58	HR5 Segala kegiatan berserikat dan berkumpul yang diidentifikasi dapat menimbulkan risiko yang signifikan serta tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut.
	Aspek Pekerja Anak
59	HR6 Kegiatan yang identifikasi mengandung risiko yang signifikan dapat menimbulkan terjadinya kasus pekerja anak, dan langkah-langkah yang diambil untuk mendukung upaya penghapusan pekerja anak.
	Aspek Kerja Paksa dan Kerja Wajib
60	HR7 Kegiatan yang teridentifikasi mengandung risiko yang signifikan dapat menimbulkan kasus kerja paksa atau kerja wajib, dan langkahlangkah yang telah diambil untuk mendukung upaya penghapusan kerja paksa atau kerja wajib.
	Aspek Praktek/Tindakan Pengamanan
61	HR8 Persentase personel penjaga keamanan yang terlatih dalam hal kebijakan dan prosedur organisasi terkait dengan aspek HAM yang relevan dengan kegiatan organisasi.

	Aspek Hak Penduduk Asli
62	HR9 Jumlah kasus pelanggaran yang terkait dengan hak penduduk asli dan langkah- langkah yang diambil.
E	Masyarakat
	Indikator Kinerja
	Aspek Komunitas
63	S01 Sifat dasar, ruang lingkup, dan keefektifan setiap program dan praktek yang dilakukan untuk menilai dan mengelola dampak operasi terhadap masyarakat, baik pada saat memulai, pada saat beroperasi, dan pada saat mengakhiri.
	Aspek Korupsi
64	S02 Persentase dan jumlah unit usaha yang memiliki risiko terhadap korupsi.
65	S03 Persentase pegawai yang dilatih dalam kebijakan dan prosedur antikorupsi.
66	S04 Tindakan yang diambil dalam menanggapi kejadian korupsi.
	Aspek Kebijakan Publik
67	S05 Kedudukan kebijakan publik dan partisipasi dalam proses melobi dan pembuatan kebijakan publik.
68	S06 Nilai kontribusi finansial dan natura kepada partai politik, politisi, dan institusi terkait berdasarkan negara di mana perusahaan beroperasi.
	Aspek Kelakuan Tidak Bersaing
69	S07 Jumlah tindakan hukum terhadap pelanggaran ketentuan antipersaingan, anti-trust, dan praktek monopoli serta sanksinya.
	Aspek Kepatuhan
70	S08 Nilai uang dari denda signifikan dan jumlah sanksi nonmoneter untuk pelanggaran hukum dan peraturan yang dilakukan.
F	Tanggung Jawab Produk
	Indikator Kinerja
	Aspek Kesehatan dan Keamanan Pelanggan
71	PR1 Tahapan daur hidup di mana dampak produk dan jasa yang menyangkut kesehatan dan keamanan dinilai untuk penyempurnaan, dan persentase dari kategori produk dan jasa yang penting yang harus mengikuti prosedur tersebut.
72	PR2 Jumlah pelanggaran terhadap peraturan dan etika mengenai dampak

	kesehatan dan keselamatan suatu produk dan jasa selama daur hidup, per produk.
	Aspek Pemasangan Label bagi Produk dan Jasa
73	PR3 Jenis informasi produk dan jasa yang dipersyaratkan oleh prosedur dan persentase produk dan jasa yang signifikan yang terkait dengan informasi yang dipersyaratkan tersebut.
74	PR4 Jumlah pelanggaran peraturan dan <i>voluntary codes</i> mengenai penyediaan informasi produk dan jasa serta pemberian label, per produk.
75	PR5 Praktek yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan termasuk hasil survei yang mengukur kepuasan pelanggan.
	Aspek Komunikasi Pemasaran
76	PR6 Program-program untuk ketaatan pada hukum, standar dan <i>voluntary codes</i> yang terkait dengan komunikasi pemasaran, termasuk periklanan, promosi, dan sponsorship.
77	PR7 Jumlah pelanggaran peraturan dan <i>voluntary codes</i> sukarela mengenai komunikasi pemasaran termasuk periklanan, promosi, dan sponsorship, menurut produknya.
	Aspek Keleluasaan Pribadi (privacy) Pelanggan
78	PR8 Jumlah keseluruhan dari pengaduan yang berdasar mengenai pelanggaran keleluasaan pribadi (<i>privacy</i>) pelanggan dan hilangnya data pelanggan.
	Aspek Kepatuhan
79	PR9 Nilai moneter dari denda pelanggaran hukum dan peraturan mengenai pengadaan dan penggunaan produk dan jasa.

Sumber: *Global Reporting Initiative (GRI) (2006)*

LAMPIRAN 2

POPULASI PENELITIAN

Populasi Penelitian

Sektor	No	Kode	Nama Perusahaan High Profile
Pertambangan	1	ADRO	Adaro Energy Tbk
	2	ANTM	Aneka Tambang Tbk
	3	ASIA	Asia Natural Resources Tbk
	4	BYAN	Bayan Resources Tbk
	5	BUMI	Bumi Resources Tbk
	6	CITA	Cita Mineral Investindo Tbk
	7	CTTH	Citatah Tbk
	8	DEWA	Darma Henwa Tbk
	9	CNKO	Eksplorasi Energi Indonesia Tbk
	10	SMMT	Golden Eagle Energy Tbk
	11	INDY	Indika Energy Tbk
	12	ITMG	Indo Tambangraya Megah Tbk
	13	MITI	Mitra Investindo Tbk
	14	PKPK	Perdana Karya Perkasa Tbk
	15	SQMI	Renuka Coalindo Tbk
	16	KKGI	Resource Alam Indonesia Tbk
	17	MYOH	Samindo Resources Tbk
	18	PTBA	Tambang Batubara Bukit Asam Tbk
	19	TINS	Timah Tbk
	20	INCO	Vale Indonesia Tbk
Perminyakan	21	AKRA	AKR Corporindo Tbk
	22	ATPK	ATPK Resources Tbk
	23	BIPI	Benakat Petroleum Energy Tbk
	24	ENRG	Energy Mega Persada Tbk
	25	ITTG	Leo Investment Tbk
	26	LAPD	Leyand International Tbk
	27	MEDC	Medco Energi International Tbk
	28	PGAS	Perusahaan Gas Negara Tbk
	29	ARTI	Ratu Prabu Energy Tbk
	30	SUGI	Sugih Energy Tbk
Kimia	31	AMFG	Ashahimas Flat Glass Tbk
	32	SMCB	Holcim Indonesia Tbk
	33	SRSN	Indo Acidatama Tbk
	34	INTP	Indocement Tunggul Prakarsa Tbk
	35	LTLS	Lautan Luas Tbk
	36	ADMG	Polychem Indonesia Tbk
	37	SMGR	Semen Gresik Tbk
	38	UNIC	Unggul Indah Cahaya Tbk

Kertas	39	FASW	Fajar Surya Wisesa Tbk
	40	KBRI	Kertas Basuki Rachmat Indonesia Tbk
	41	INKP	Indah Kiat Pulp & Paper Tbk
	42	TKIM	Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk
	43	SPMA	Suparma Tbk
Otomotif	44	AUTO	Astra Otoparts Tbk
	45	GJTL	Gajah Tunggal Tbk
	46	IMAS	Indomobil Sukses International Tbk
	47	INTA	Intraco Penta Tbk
	48	LPIN	Multi Prima Sejahtera Tbk
	49	MASA	Multistrada Arah Sarana Tbk
Penerbangan	50	IATA	Indonesia Air Transport Tbk
	51	GIAA	Garuda Indonesia (Persero) Tbk
Agrobisnis	52	AALI	Astra Agro Lestari Tbk
	53	UNSP	Bakrie Sumatera Plantations Tbk
	54	BUDI	Budi Acid Jaya Tbk
	55	JAWA	Jaya Agra Wattie Tbk
	56	LSIP	PP London Sumatra Indonesia Tbk
	57	SGRO	Sampoerna Agro Tbk
	58	SOBI	Sorini Agro Asia Corporindo Tbk
	59	WAPO	Wahana Pronatural Tbk
Tembakau dan Rokok	60	RMBA	Bentoel International Investama Tbk
	61	GGRM	Gudang Garam Tbk
	62	HMSP	HM Sampoerna Tbk
Makanan dan Minuman	63	AKPI	Argha Karya Prima Ind Tbk
	64	FAST	Fast Food Indonesia Tbk
	65	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk
	66	JPFA	JAPFA Comfed Indonesia Tbk
	67	MAIN	Malindo Feedmill Tbk
	68	MYOR	Mayora Indah Tbk
	69	STTP	Siantar Top Tbk
	70	ALTO	Tri Banyan Tirta Tbk
	71	WICO	Wicaksana Overseas International Tbk
Media dan Komunikasi	72	BTEL	Bakrie Telecom Tbk
	73	CENT	Centrin Online Tbk
	74	KBLV	First Media Tbk
	75	BMTR	Global Mediacom Tbk
	76	ISAT	Indosat Tbk
	77	IDKM	Indosiar Karya Media Tbk

	78	LMAS	Limas Centric Indonesia Tbk
	79	ABBA	Mahaka Media Tbk
	80	MNCN	Media Nusantara Citra Tbk
	81	MTDL	Metrodata Electronics Tbk
	82	MSKY	MNC Sky Vision Tbk
	83	MLPL	Multipolar Tbk
	84	LPLI	Star Pasific Tbk
	85	SCMA	Surya Citra Media Tbk
	86	TLKM	Telekomunikasi Indonesia Tbk
	87	TMPO	Tempo Inti Media Tbk
	88	EXCL	XL Axiata Tbk
Kesehatan	89	INAF	Indofarma Tbk
	90	KLBF	Kalbe Farma Tbk
	91	KAEF	Kimia Farma Tbk
	92	MERK	Merck Tbk
	93	SDPC	Millennium Pharmacon International Tbk
	94	PYFA	Pyridam Farma Tbk
	95	SCPI	Schering Plough Indonesia Tbk
Transportasi	96	SQBB	Taisho Pharmaceutical Indonesia Tbk
	97	APOL	Arpeni Pratama Ocean Line Tbk
	98	HITS	Humpuss Intermoda Transportasi Tbk
	99	WEHA	Panorama Transportasi Tbk
Pariwisata	100	ZBRA	Zebra Nusantara Tbk
	101	GMCW	Grahamas Citrawisata Tbk
	102	JIHD	Jakarta International Hotel and Development Tbk
	103	PANR	Panorama Sentrawisata Tbk
	104	SONA	Sona Topas Tourism Industry Tbk

Sumber : <http://www.idx.co.id>

LAMPIRAN 3

SAMPEL PENELITIAN

Sampel Penelitian			
Sektor	No	Kode	Nama Perusahaan
Pertambangan	1	BYAN	Bayan Resources Tbk
	2	CTTH	Citatah Tbk
	3	DEWA	Darma Henwa Tbk
	4	MITI	Mitra Investindo Tbk
Perminyakan	5	AKRA	AKR Corporindo Tbk
	6	BIPI	Benakat Petroleum Energy Tbk
	7	ENRG	Energy Mega Persada Tbk
	8	PGAS	Perusahaan Gas Negara Tbk
Kimia	9	LTLS	Lautan Luas Tbk
	10	UNIC	Unggul Indah Cahaya Tbk
Kertas	11	FASW	Fajar Surya Wisesa Tbk
	12	KBRI	Kertas Basuki Rachmat Indonesia Tbk
Otomotif	13	GJTL	Gajah Tunggal Tbk
Tembakau dan Rokok	14	RMBA	Bentoel International Investama Tbk
Makanan dan Minuman	15	FAST	Fast Food Indonesia Tbk
	16	BTEL	Bakrie Telecom Tbk
Media dan Komunikasi	17	BMTR	Global Mediacom Tbk
	18	KBLV	First Media Tbk
	19	MTDL	Metrodata Electronics Tbk
	20	MNCN	Media Nusantara Citra Tbk
	21	SCMA	Surya Citra Media Tbk
	22	TLKM	Telekomunikasi Indonesia Tbk
	23	TMPO	Tempo Inti Media Tbk
	24	EXCL	XL Axiata Tbk
Transportasi	25	APOL	Arpeni Pratama Ocean Line Tbk
	26	ZBRA	Zebra Nusantara Tbk
Pariwisata	27	GMCW	Grahamas Citrawisata
	28	PANR	Panorama Sentrawisata Tbk

Kriteria-kriteria pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah:

1. Perusahaan *high profile* tersebut menerbitkan laporan tahunan (*annual report*) berurut-turut selama tahun 2009-2011.
2. Informasi pertanggungjawaban sosial diungkapkan pada laporan tahunan perusahaan dalam periode 2009-2011.

LAMPIRAN 4

DATA PENELITIAN

PERHITUNGAN ROE						
No	Kode	Perusahaan	Tahun	Laba Setelah Pajak	Ekuitas Saham Biasa	ROE
1	BYAN	Bayan Resources Tbk	2009	136.287	2.415.132	0,06
			2010	740.794	2.939.406	0,25
			2011	2.087.970	6.431.520	0,32
2	CTTH	Citatah Tbk	2009	16.701	62.293	0,27
			2010	12.783	75.076	0,17
			2011	916	75.992	0,01
3	DEWA	Darma Henwa Tbk	2009	(17.427)	2.582.486	(0,01)
			2010	5.280	3.020.383	0,00
			2011	(218.047)	2.845.268	(0,08)
4	MITI	Mitra Investindo Tbk	2009	8.925	28.579	0,31
			2010	7.059	35.508	0,20
			2011	27.299	62.806	0,43
5	AKRA	AKR Corporindo Tbk	2009	274.719	1.741.060	0,16
			2010	310.916	2.386.407	0,13
			2011	511.193	3.547.704	0,14
6	BIPI	Benakat Petroleum Energy Tbk	2009	6.929	1.867.785	0,00
			2010	(96.379)	3.326.293	(0,03)
			2011	(204.088)	3.122.273	(0,07)
7	ENRG	Energy Mega Persada Tbk	2009	(1.729.450)	1.741.369	(0,99)
			2010	(62.319)	5.855.082	(0,01)
			2011	252.716	6.139.749	0,04
8	PGAS	Perusahaan Gas	2009			

		Negara Tbk		6.229.043	11.732.080	0,53
			2010	6.239.361	13.868.573	0,45
			2011	6.163.463	17.184.712	0,36
9	LTLS	Lautan Luas Tbk	2009	85.925	763.343	0,11
			2010	86.982	817.950	0,11
			2011	105.220	953.851	0,11
10	UNIC	Unggul Indah Cahaya Tbk	2009	39.293	1.232.079	0,03
			2010	33.775	1.211.612	0,03
			2011	296.347	1.296.152	0,23
11	FASW	Fajar Surya Wisesa Tbk	2009	276.729	1.584.588	0,17
			2010	283.002	1.810.598	0,16
			2011	132.339	1.801.697	0,07
12	KBRI	Kertas Basuki Rachmat Indonesia Tbk	2009	20.155	523.711	0,04
			2010	(486.256)	634.474	(0,77)
			2011	(19.419)	674.932	(0,03)
13	GJTL	Gajah Tunggal Tbk	2009	905.330	2.670.660	0,34
			2010	830.624	3.526.597	0,24
			2011	946.046	4.430.825	0,21
14	RMBA	Bentoel International Investama Tbk	2009	25.165	1.755.366	0,01
			2010	218.621	2.129.527	0,10
			2011	305.997	2.247.284	0,14
15	FAST	Fast Food Indonesia Tbk	2009	181.997	639.106	0,28
			2010	199.597	801.664	0,25
			2011	229.055	830.718	0,28
16	BTEL	Bakrie Telecom	2009			

		Tbk		98.442	5.036.931	0,02
			2010	9.976	5.194.830	0,00
			2011	(826.041)	4.368.754	(0,19)
17	BMTR	Global Mediacom Tbk	2009	157.208	7.050.623	0,02
			2010	578.865	7.381.739	0,08
			2011	194.727	8.387.455	0,02
18	KBLV	First Media Tbk	2009	32.792	278.255	0,12
			2010	41.931	773.831	0,05
			2011	3.596	2.406.131	0,00
19	MTDL	Metrodata Electronics Tbk	2009	10.065	320.261	0,03
			2010	30.439	358.147	0,08
			2011	69.174	582.523	0,12
20	MNCN	Media Nusantara Citra Tbk	2009	385.617	4.286.176	0,09
			2010	730.218	4.767.037	0,15
			2011	1.153.383	6.834.503	0,17
21	SCMA	Surya Citra Media Tbk	2009	285.453	1.395.664	0,20
			2010	530.127	1.486.752	0,36
			2011	912.588	1.504.271	0,61
22	TLKM	Telekomunikasi Indonesia Tbk	2009	11.332.140	38.989.747	0,29
			2010	11.536.999	44.418.742	0,26
			2011	15.481.000	60.981.000	0,25
23	TMPO	Tempo Inti Media Tbk	2009	1.444	71.401	0,02
			2010	5.352	76.753	0,07
			2011	10.379	87.133	0,12
24	EXCL	XL Axiata Tbk	2009			

				1.709.468	8.803.113	0,19
			2010	2.891.261	11.715.074	0,25
			2011	2.830.101	13.692.512	0,21
25	APOL	Arpeni Pratama Ocean Line Tbk	2009	(670.605)	773.606	(0,87)
			2010	(1.636.280)	(881.013)	1,86
			2011	(2.098.337)	(3.824.190)	0,55
26	ZBRA	Zebra Nusantara Tbk	2009	(7.659)	37.285	(0,21)
			2010	(9.423)	27.862	(0,34)
			2011	(9.334)	18.507	(0,50)
27	GMCW	Grahamas Citrawisata	2009	1.960	6.507	0,30
			2010	1.976	8.483	0,23
			2011	3.506	10.885	0,32
28	PANR	Panorama Sentrawisata Tbk	2009	5.739	160.153	0,04
			2010	6.413	165.734	0,04
			2011	22.423	260.763	0,09

PERHITUNGAN ROA						
No	Kode	Perusahaan	Tahun	Net Income	Total Aset	ROA
1	BYAN	Bayan Resources Tbk	2009	136.287	7.180.723	0,02
			2010	740.794	8.372.079	0,09
			2011	2.087.970	14.386.241	0,15
2	CTTH	Citatah Tbk	2009	16.701	189.632	0,09
			2010	12.783	199.626	0,06
			2011	916	218.252	0,00
3	DEWA	Darma Henwa Tbk	2009	(17.427)	4.359.829	(0,00)
			2010	5.280	4.152.429	0,00
			2011	(218.047)	3.682.750	(0,06)
4	MITI	Mitra Investindo Tbk	2009	8.925	109.355	0,08
			2010	7.059	114.925	0,06
			2011	27.299	117.967	0,23
5	AKRA	AKR Corporindo Tbk	2009	274.719	6.059.070	0,05
			2010	310.916	7.665.590	0,04
			2011	511.193	8.308.244	0,06
6	BIPI	Benakat Petroleum Energy Tbk	2009	6.929	1.978.940	0,00
			2010	(96.379)	4.697.480	(0,02)
			2011	(204.088)	3.720.373	(0,05)
7	ENRG	Energy Mega Persada Tbk	2009	(1.729.450)	10.252.392	(0,17)
			2010	(62.319)	11.762.036	(0,01)
			2011	252.716	17.354.834	0,01
8	PGAS	Perusahaan Gas Negara Tbk	2009	6.229.043	28.670.440	0,22

			2010	6.239.361	32.087.431	0,19
			2011	6.163.463	30.976.446	0,20
9	LTLS	Lautan Luas Tbk	2009	85.925	3.081.130	0,03
			2010	86.982	3.591.139	0,02
			2011	105.220	4.040.298	0,03
10	UNIC	Unggul Indah Cahaya Tbk	2009	39.293	2.251.354	0,02
			2010	33.775	2.276.930	0,01
			2011	296.347	2.544.905	0,12
11	FASW	Fajar Surya Wisesa Tbk	2009	276.729	3.671.235	0,08
			2010	283.002	4.495.022	0,06
			2011	132.339	4.936.094	0,03
12	KBRI	Kertas Basuki Rachmat Indonesia Tbk	2009	20.155	1.098.500	0,02
			2010	(486.256)	786.164	(0,62)
			2011	(19.419)	744.581	(0,03)
13	GJTL	Gajah Tunggal Tbk	2009	905.330	8.877.146	0,10
			2010	830.624	10.371.567	0,08
			2011	946.046	11.554.143	0,08
14	RMBA	Bentoel International Investama Tbk	2009	25.165	4.302.659	0,01
			2010	218.621	4.902.597	0,04
			2011	305.997	6.333.957	0,05
15	FAST	Fast Food Indonesia Tbk	2009	181.997	1.041.409	0,17
			2010	199.597	1.236.043	0,16
			2011	229.055	1.547.982	0,15
16	BTEL	Bakrie Telecom Tbk	2009	98.442	11.436.275	0,01

			2010	9.976	12.352.891	0,00
			2011	(826.041)	12.213.109	(0,07)
17	BMTR	Global Mediacom Tbk	2009	157.208	13.481.189	0,01
			2010	578.865	12.959.942	0,04
			2011	194.727	13.129.083	0,01
18	KBLV	First Media Tbk	2009	32.792	1.611.360	0,02
			2010	41.931	1.663.245	0,03
			2011	3.596	3.693.447	0,00
19	MTDL	Metrodata Electronics Tbk	2009	10.065	1.059.054	0,01
			2010	30.439	945.242	0,03
			2011	69.174	1.274.285	0,05
20	MNCN	Media Nusantara Citra Tbk	2009	385.617	7.641.364	0,05
			2010	730.218	8.196.543	0,09
			2011	1.153.383	8.798.230	0,13
21	SCMA	Surya Citra Media Tbk	2009	285.453	2.359.837	0,12
			2010	530.127	2.515.567	0,21
			2011	912.588	2.511.222	0,36
22	TLKM	Telekomunikasi Indonesia Tbk	2009	11.332.140	97.559.606	0,12
			2010	11.536.999	99.758.447	0,12
			2011	15.481.000	103.054.000	0,15
23	TMPO	Tempo Inti Media Tbk	2009	1.444	137.750	0,01
			2010	5.352	154.506	0,03
			2011	10.379	176.344	0,06
24	EXCL	XL Axiata Tbk	2009	1.709.468	27.380.095	0,06

			2010	2.891.261	27.251.281	0,11
			2011	2.830.101	31.170.654	0,09
25	APOL	Arpeni Pratama Ocean Line Tbk	2009	(670.605)	6.771.973	(0,10)
			2010	(1.636.280)	5.505.205	(0,30)
			2011	(2.098.337)	4.265.546	(0,49)
26	ZBRA	Zebra Nusantara Tbk	2009	(7.659)	70.587	(0,11)
			2010	(9.423)	62.199	(0,15)
			2011	(9.334)	56.650	(0,16)
27	GMCW	Grahamas Citrawisata	2009	1.960	16.837	0,12
			2010	1.976	15.415	0,13
			2011	3.506	19.626	0,18
28	PANR	Panorama Sentrawisata Tbk	2009	5.739	485.914	0,01
			2010	6.413	616.498	0,01
			2011	22.423	762.598	0,03

PERHITUNGAN EPS						
No	Kode	Perusahaan	Tahun	Laba Setelah Pajak	Saham Biasa Dlm Peredaran	EPS
1	BYAN	Bayan Resources Tbk	2009	136.287	3.333.333.500	40,89
			2010	740.794	3.333.333.500	222,24
			2011	2.087.970	3.333.333.500	626,39
2	CTTH	Citatah Tbk	2009	16.701	1.230.839.821	13,57
			2010	12.783	1.230.839.821	10,39
			2011	916	1.230.839.821	0,74
3	DEWA	Darma Henwa Tbk	2009	(17.427)	15.609.809.820	(1,12)
			2010	5.280	21.853.733.792	0,24
			2011	(218.047)	21.853.733.792	(9,98)
4	MITI	Mitra Investindo Tbk	2009	8.925	2.566.456.000	3,48
			2010	7.059	2.566.456.000	2,75
			2011	27.299	2.566.456.000	10,64
5	AKRA	AKR Corporindo Tbk	2009	274.719	3.138.292.500	87,54
			2010	310.916	3.792.936.000	81,97
			2011	511.193	3.821.986.000	133,75
6	BIPI	Benakat Petroleum Energy Tbk	2009	6.929	18.575.744	373,01
			2010	(96.379)	30.075.744.065	(3,20)
			2011	(204.088)	30.075.744.065	(6,79)
7	ENRG	Energy Mega Persada Tbk	2009	(1.729.450)	14.400.813.372	(120,09)
			2010	(62.319)	40.584.110.412	(1,54)
			2011	252.716	40.584.111.987	6,23

8	PGAS	Perusahaan Gas Negara Tbk	2009	6.229.043	24.241.508.195	256,96
			2010	6.239.361	24.241.508.196	257,38
			2011	6.163.463	24.241.508.196	254,25
9	LTLS	Lautan Luas Tbk	2009	85.925	780.000.000	110,16
			2010	86.982	780.000.000	111,52
			2011	105.220	780.000.000	134,90
10	UNIC	Unggul Indah Cahaya Tbk	2009	39.293	383.331.363	102,50
			2010	33.775	383.331.363	88,11
			2011	296.347	383.331.363	773,08
11	FASW	Fajar Surya Wisesa Tbk	2009	276.729	2.477.888.787	111,68
			2010	283.002	2.477.888.787	114,21
			2011	132.339	2.477.888.787	53,41
12	KBRI	Kertas Basuki Rachmat Indonesia Tbk	2009	20.155	3.860.000.000	5,22
			2010	(486.256)	8.228.764.457	(59,09)
			2011	(19.419)	8.487.056.825	(2,29)
13	GJTL	Gajah Tunggal Tbk	2009	905.330	3.484.800.000	259,79
			2010	830.624	3.484.800.000	238,36
			2011	946.046	3.484.800.000	271,48
14	RMBA	Bentoel International Investama Tbk	2009	25.165	6.733.125.000	3,74
			2010	218.621	7.240.005.000	30,20
			2011	305.997	7.240.005.000	42,26
15	FAST	Fast Food Indonesia Tbk	2009	181.997	446.250.000	407,84
			2010	199.597	446.250.000	447,28
			2011	229.055	460.416.595	497,50

16	BTEL	Bakrie Telecom Tbk	2009	98.442	28.482.417.579	3,46
			2010	9.976	28.482.417.579	0,35
			2011	(826.041)	28.482.417.579	(29,00)
17	BMTR	Global Mediacom Tbk	2009	157.208	13.762.899.550	11,42
			2010	578.865	13.770.214.550	42,04
			2011	194.727	13.846.275.550	14,06
18	KBLV	First Media Tbk	2009	32.792	829.474.000	39,53
			2010	41.931	1.741.895.400	24,07
			2011	3.596	1.741.896.978	2,06
19	MTDL	Metrodata Electronics Tbk	2009	10.065	2.041.925.923	4,93
			2010	30.439	2.143.925.923	14,20
			2011	69.174	2.246.000.000	30,80
20	MNCN	Media Nusantara Citra Tbk	2009	385.617	13.750.000.000	28,04
			2010	730.218	13.773.504.500	53,02
			2011	1.153.383	13.846.723.000	83,30
21	SCMA	Surya Citra Media Tbk	2009	285.453	1.910.978.380	149,38
			2010	530.127	1.921.556.030	275,88
			2011	912.588	1.934.409.664	471,77
22	TLKM	Telekomunikasi Indonesia Tbk	2009	11.332.140	20.159.999.279	562,11
			2010	11.536.999	20.159.999.279	572,27
			2011	15.481.000	20.159.999.279	767,91
23	TMPO	Tempo Inti Media Tbk	2009	1.444	725.000.000	1,99
			2010	5.352	725.000.000	7,38
			2011	10.379	725.000.000	14,32

24	EXCL	XL Axiata Tbk	2009	1.709.468	8.508.000.000	200,92
			2010	2.891.261	8.508.000.000	339,83
			2011	2.830.101	8.518.566.332	332,23
25	APOL	Arpeni Pratama Ocean Line Tbk	2009	(670.605)	2.998.604.000	(223,64)
			2010	(1.636.280)	2.998.604.000	(545,68)
			2011	(2.098.337)	2.998.604.000	(699,77)
26	ZBRA	Zebra Nusantara Tbk	2009	(7.659)	655.666.202	(11,68)
			2010	(9.423)	655.666.202	(14,37)
			2011	(9.334)	655.666.202	(14,24)
27	GMCW	Grahamas Citrawisata	2009	1.960	58.839.958	33,31
			2010	1.976	58.839.958	33,58
			2011	3.506	58.839.958	59,59
28	PANR	Panorama Sentrawisata Tbk	2009	5.739	1.200.000.000	4,78
			2010	6.413	1.200.000.000	5,34
			2011	22.423	1.200.000.000	18,69

PERHITUNGAN NPM						
NO	KODE	PERUSAHAAN	TAHUN	Laba setelah pajak	penjualan	NPM
1	BYAN	Bayan Resources Tbk	2009	136.287	7.752.866	0,02
			2010	740.794	8.745.624	0,08
			2011	2.087.970	13.235.877	0,16
2	CTTH	Citatah Tbk	2009	16.701	149.011	0,11
			2010	12.783	152.560	0,08
			2011	916	148.502	0,01
3	DEWA	Darma Henwa Tbk	2009	(17.427)	1.900.429	(0,01)
			2010	5.280	2.065.713	0,00
			2011	(218.047)	2.569.571	(0,08)
4	MITI	Mitra Investindo Tbk	2009	8.925	68.328	0,13
			2010	7.059	85.141	0,08
			2011	27.299	139.394	0,20
5	AKRA	AKR Corporindo Tbk	2009	274.719	8.959.842	0,03
			2010	310.916	12.194.997	0,03
			2011	511.193	18.805.950	0,03
6	BIPI	Benakat Petroleum Energy Tbk	2009	6.929	158.192	0,04
			2010	(96.379)	231.902	(0,42)
			2011	(204.088)	340.033	(0,60)
7	ENRG	Energy Mega Persada Tbk	2009	(1.729.450)	1.444.369	(1,20)
			2010	(62.319)	1.249.710	(0,05)
			2011	252.716	2.122.863	0,12

8	PGAS	Perusahaan Gas Negara Tbk	2009	6.229.043	18.024.279	0,35
			2010	6.239.361	19.765.716	0,32
			2011	6.163.463	19.567.407	0,31
9	LTLS	Lautan Luas Tbk	2009	85.925	3.746.865	0,02
			2010	86.982	3.901.733	0,02
			2011	105.220	5.529.075	0,02
10	UNIC	Unggul Indah Cahaya Tbk	2009	39.293	2.657.817	0,01
			2010	33.775	3.226.256	0,01
			2011	296.347	4.185.813	0,07
11	FASW	Fajar Surya Wisesa Tbk	2009	276.729	2.733.300	0,10
			2010	283.002	3.385.973	0,08
			2011	132.339	4.123.728	0,03
12	KBRI	Kertas Basuki Rachmat Indonesia Tbk	2009	20.155	108.938	0,19
			2010	(486.256)	76.279	(6,37)
			2011	(19.419)	25.341	(0,77)
13	GJTL	Gajah Tunggal Tbk	2009	905.330	7.936.432	0,11
			2010	830.624	9.853.904	0,08
			2011	946.046	11.841.396	0,08
14	RMBA	Bentoel International Investama Tbk	2009	25.165	6.081.726	0,00
			2010	218.621	8.904.568	0,02
			2011	305.997	10.070.175	0,03
15	FAST	Fast Food Indonesia Tbk	2009	181.997	2.454.360	0,07
			2010	199.597	2.913.605	0,07
			2011	229.055	3.316.800	0,07

16	BTEL	Bakrie Telecom Tbk	2009	98.442	2.742.577	0,04
			2010	9.976	2.765.084	0,00
			2011	(826.041)	3.195.451	(0,26)
17	BMTR	Global Mediacom Tbk	2009	157.208	5.034.905	0,03
			2010	578.865	6.326.514	0,09
			2011	194.727	1.573.888	0,12
18	KBLV	First Media Tbk	2009	32.792	722.462	0,05
			2010	41.931	832.581	0,05
			2011	3.596	1.042.201	0,00
19	MTDL	Metrodata Electronics Tbk	2009	10.065	3.396.917	0,00
			2010	30.439	3.953.971	0,01
			2011	69.174	4.408.712	0,02
20	MNCN	Media Nusantara Citra Tbk	2009	385.617	3.923.845	0,10
			2010	730.218	4.855.907	0,15
			2011	1.153.383	5.390.474	0,21
21	SCMA	Surya Citra Media Tbk	2009	285.453	1.614.415	0,18
			2010	530.127	1.927.997	0,27
			2011	912.588	2.306.735	0,40
22	TLKM	Telekomunikasi Indonesia Tbk	2009	11.332.140	64.596.635	0,18
			2010	11.536.999	68.629.181	0,17
			2011	15.481.000	71.918.000	0,22
23	TMPO	Tempo Inti Media Tbk	2009	1.444	181.043	0,01
			2010	5.352	182.906	0,03
			2011	10.379	238.766	0,04

24	EXCL	XL Axiata Tbk	2009	1.709.468	13.706.051	0,12
			2010	2.891.261	17.458.639	0,17
			2011	2.830.101	18.712.778	0,15
25	APOL	Arpeni Pratama Ocean Line Tbk	2009	(670.605)	1.717.602	(0,39)
			2010	(1.636.280)	1.388.775	(1,18)
			2011	(2.098.337)	1.300.701	(1,61)
26	ZBRA	Zebra Nusantara Tbk	2009	(7.659)	23.828	(0,32)
			2010	(9.423)	23.176	(0,41)
			2011	(9.334)	19.854	(0,47)
27	GMCW	Grahamas Citrawisata	2009	1.960	17.930	0,11
			2010	1.976	18.900	0,10
			2011	3.506	21.012	0,17
28	PANR	Panorama Sentrawisata Tbk	2009	5.739	1.524.934	0,00
			2010	6.413	1.858.711	0,00
			2011	22.423	2.008.340	0,01

PERHITUNGAN PENGUNGKAPAN CSR									
No	Kode	Perusahaan	Item yang diungkapkan			Item GRI	Indeks CSR		
			2009	2010	2011		2009	2010	2011
1	BYAN	Bayan Resources Tbk	21	21	21	79	0,2658	0,2658	0,2658
2	CTTH	Citatah Tbk	8	9	11	79	0,1013	0,1139	0,1392
3	MITI	Mitra Investindo Tbk	12	14	17	79	0,1519	0,1772	0,2152
4	AKRA	AKR Corporindo Tbk	17	22	25	79	0,2152	0,2785	0,3165
5	PGAS	Perusahaan Gas Negara Tbk	34	35	37	79	0,4304	0,4430	0,4684
6	LTLS	Lautan Luas Tbk	6	7	7	79	0,0759	0,0886	0,0886
7	UNIC	Unggul Indah Cahaya Tbk	11	14	15	79	0,1392	0,1772	0,1899
8	FASW	Fajar Surya Wisesa Tbk	30	31	31	79	0,3797	0,3924	0,3924
9	GJTL	Gajah Tunggal Tbk	18	20	20	79	0,2278	0,2532	0,2532
10	RMBA	Bentoel International Investama Tbk	21	17	24	79	0,2658	0,2152	0,3038
11	FAST	Fast Food Indonesia Tbk	24	25	25	79	0,3038	0,3165	0,3165
12	BMTR	Global Mediacom Tbk	17	15	14	79	0,2152	0,1899	0,1772
13	KBLV	First Media Tbk	8	8	9	79	0,1013	0,1013	0,1139
14	MTDL	Metrodata Electronics Tbk	9	10	9	79	0,1139	0,1266	0,1139
15	MNCN	Media Nusantara Citra Tbk	16	17	16	79	0,2025	0,2152	0,2025
16	SCMA	Surya Citra Media Tbk	14	15	14	79	0,1772	0,1899	0,1772
17	TLKM	Telekomunikasi Indonesia Tbk	21	27	25	79	0,2658	0,3418	0,3165
18	TMPO	Tempo Inti Media Tbk	9	13	15	79	0,1139	0,1646	0,1899
19	EXCL	XL Axiata Tbk	15	20	25	79	0,1899	0,2532	0,3165
20	GMCW	Grahamas Citrawisata	7	8	8	79	0,0886	0,1013	0,1013
21	PANR	Panorama Sentrawisata Tbk	12	18	17	79	0,1519	0,2278	0,2152

TABEL DATA INDUK								
NO	KODE	PERUSAHAAN	TAHUN	ROE	ROA	EPS	NPM	CSR
1	BYAN	Bayan Resources Tbk	2009	0,06	0,02	40,89	0,02	0,27
			2010	0,25	0,09	222,24	0,08	0,27
			2011	0,32	0,15	626,39	0,16	0,27
2	CTTH	Citatah Tbk	2009	0,27	0,09	13,57	0,11	0,10
			2010	0,17	0,06	10,39	0,08	0,11
			2011	0,01	0,00	0,74	0,01	0,14
3	DEWA	Darma Henwa Tbk	2009	(0,01)	(0,00)	(1,12)	(0,01)	0,30
			2010	0,00	0,00	0,24	0,00	0,32
			2011	(0,08)	(0,06)	(9,98)	(0,08)	0,33
4	MITI	Mitra Investindo Tbk	2009	0,31	0,08	3,48	0,13	0,15
			2010	0,20	0,06	2,75	0,08	0,18
			2011	0,43	0,23	10,64	0,20	0,22
5	AKRA	AKR Corporindo Tbk	2009	0,16	0,05	87,54	0,03	0,22
			2010	0,13	0,04	81,97	0,03	0,28
			2011	0,14	0,06	133,75	0,03	0,32
6	BIPI	Benakat Petroleum Energy Tbk	2009	0,00	0,00	373,01	0,04	0,18
			2010	(0,03)	(0,02)	(3,20)	(0,42)	0,23
			2011	(0,07)	(0,05)	(6,79)	(0,60)	0,24
7	ENRG	Energy Mega Persada Tbk	2009	(0,99)	(0,17)	(120,09)	(1,20)	0,29
			2010	(0,01)	(0,01)	(1,54)	(0,05)	0,35
			2011	0,04	0,01	6,23	0,12	0,35
8	PGAS	Perusahaan Gas Negara Tbk	2009	0,53	0,22	256,96	0,35	0,43
			2010					0,44

				0,45	0,19	257,38	0,32	
			2011	0,36	0,20	254,25	0,31	0,47
9	LTLS	Lautan Luas Tbk	2009	0,11	0,03	110,16	0,02	0,08
			2010	0,11	0,02	111,52	0,02	0,09
			2011	0,11	0,03	134,90	0,02	0,09
10	UNIC	Unggul Indah Cahaya Tbk	2009	0,03	0,02	102,50	0,01	0,14
			2010	0,03	0,01	88,11	0,01	0,18
			2011	0,23	0,12	773,08	0,07	0,19
11	FASW	Fajar Surya Wisesa Tbk	2009	0,17	0,08	111,68	0,10	0,38
			2010	0,16	0,06	114,21	0,08	0,39
			2011	0,07	0,03	53,41	0,03	0,39
12	KBRI	Kertas Basuki Rachmat Indonesia Tbk	2009	0,04	0,02	5,22	0,19	0,22
			2010	(0,77)	(0,62)	(59,09)	(6,37)	0,20
			2011	(0,03)	(0,03)	(2,29)	(0,77)	0,20
13	GJTL	Gajah Tunggal Tbk	2009	0,34	0,10	259,79	0,11	0,23
			2010	0,24	0,08	238,36	0,08	0,25
			2011	0,21	0,08	271,48	0,08	0,25
14	RMBA	Bentoel International Investama Tbk	2009	0,01	0,01	3,74	0,00	0,27
			2010	0,10	0,04	30,20	0,02	0,22
			2011	0,14	0,05	42,26	0,03	0,30
15	FAST	Fast Food Indonesia Tbk	2009	0,28	0,17	407,84	0,07	0,30
			2010	0,25	0,16	447,28	0,07	0,32
			2011	0,28	0,15	497,50	0,07	0,32
16	BTEL	Bakrie Telecom Tbk	2009	0,02	0,01	3,46	0,04	0,25
			2010	0,00	0,00	0,35	0,00	0,44

			2011	(0,19)	(0,07)	(29,00)	(0,26)	0,42
17	BMTR	Global Mediacom Tbk	2009	0,02	0,01	11,42	0,03	0,22
			2010	0,08	0,04	42,04	0,09	0,19
			2011	0,02	0,01	14,06	0,12	0,18
18	KBLV	First Media Tbk	2009	0,12	0,02	39,53	0,05	0,10
			2010	0,05	0,03	24,07	0,05	0,10
			2011	0,00	0,00	2,06	0,00	0,11
19	MTDL	Metrodata Electronics Tbk	2009	0,03	0,01	4,93	0,00	0,11
			2010	0,08	0,03	14,20	0,01	0,13
			2011	0,12	0,05	30,80	0,02	0,11
20	MNCN	Media Nusantara Citra Tbk	2009	0,09	0,05	28,04	0,10	0,20
			2010	0,15	0,09	53,02	0,15	0,22
			2011	0,17	0,13	83,30	0,21	0,20
21	SCMA	Surya Citra Media Tbk	2009	0,20	0,12	149,38	0,18	0,18
			2010	0,36	0,21	275,88	0,27	0,19
			2011	0,61	0,36	471,77	0,40	0,18
22	TLKM	Telekomunikasi Indonesia Tbk	2009	0,29	0,12	562,11	0,18	0,27
			2010	0,26	0,12	572,27	0,17	0,34
			2011	0,25	0,15	767,91	0,22	0,32
23	TMPO	Tempo Inti Media Tbk	2009	0,02	0,01	1,99	0,01	0,11
			2010	0,07	0,03	7,38	0,03	0,16
			2011	0,12	0,06	14,32	0,04	0,19
24	EXCL	XL Axiata Tbk	2009	0,19	0,06	200,92	0,12	0,19
			2010	0,25	0,11	339,83	0,17	0,25
			2011					0,32

				0,21	0,09	332,23	0,15	
25	APOL	Arpeni Pratama Ocean Line Tbk	2009	(0,87)	(0,10)	(223,64)	(0,39)	0,18
			2010	1,86	(0,30)	(545,68)	(1,18)	0,16
			2011	0,55	(0,49)	(699,77)	(1,61)	0,10
26	ZBRA	Zebra Nusantara Tbk	2009	(0,21)	(0,11)	(11,68)	(0,32)	0,06
			2010	(0,34)	(0,15)	(14,37)	(0,41)	0,10
			2011	(0,50)	(0,16)	(14,24)	(0,47)	0,13
27	GMCW	Grahamas Citrawisata	2009	0,30	0,12	33,31	0,11	0,09
			2010	0,23	0,13	33,58	0,10	0,10
			2011	0,32	0,18	59,59	0,17	0,10
28	PANR	Panorama Sentrawisata Tbk	2009	0,04	0,01	4,78	0,00	0,15
			2010	0,04	0,01	5,34	0,00	0,23
			2011	0,09	0,03	18,69	0,01	0,22

LAMPIRAN 5

DESKRIPTIF STATISTIK

Statistics

		ROE	ROA	EPS	NPM	CSR
N	Valid	84	84	84	84	84
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		.117805	.034397	102.925253	-9.400151	.223177
Minimum		-.9932	-.6185	-699.7713	-637.4703	.0633
Maximum		1.8573	.3634	773.0831	39.5619	.4684

LAMPIRAN 6

UJI NORMALITAS

Uji normalitas 28 perusahaan 84 sampel

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		ROE	ROA	EPS	NPM	CSR
N		84	84	84	84	84
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.117805	.034397	102.925253	-9.400151	.223177
	Std.	.3207900	.1327859	222.8987464	76.2815546	.0987326
	Deviation					
Most Extreme Differences	Absolute	.216	.228	.228	.368	.104
	Positive	.155	.091	.194	.283	.104
	Negative	-.216	-.228	-.228	-.368	-.063
Kolmogorov-Smirnov Z		1.984	2.087	2.089	3.376	.950
Asymp. Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000	.000	.327

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji normalitas data logaritma natural dengan 28 perusahaan, 84 sampel

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		LNROE	LNROA	LNEPS	LNNPM	LNCSR
N		84	84	84	84	84
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	-2.2328	-3.0688	3.6530	1.9513	-1.6034
	Std.	1.42534	1.36019	1.98287	1.58227	.47228
	Deviation					
Most Extreme Differences	Absolute	.119	.107	.088	.088	.096
	Positive	.079	.071	.065	.048	.088
	Negative	-.119	-.107	-.088	-.088	-.096
Kolmogorov-Smirnov Z		1.089	.980	.811	.811	.884
Asymp. Sig. (2-tailed)		.187	.292	.527	.527	.416

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

LAMPIRAN 7

UJI LINEARITAS

CSR terhadap ROE

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
LNROE * LNCSR	Between Groups	(Combined)	45.035	29	1.553	.679	.870
		Linearity	.180	1	.180	.079	.780
		Deviation from Linearity	44.855	28	1.602	.700	.846
	Within Groups		123.588	54	2.289		
Total			168.622	83			

CSR terhadap ROA

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
LNROA * LNCSR	Between Groups	(Combined)	42.903	29	1.479	.722	.827
		Linearity	.005	1	.005	.002	.962
		Deviation from Linearity	42.899	28	1.532	.748	.796
	Within Groups		110.657	54	2.049		
Total			153.560	83			

CSR terhadap EPS

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
LNEPS * LNCSR	Between Groups	(Combined)	110.234	29	3.801	.950	.549
		Linearity	5.473	1	5.473	1.368	.247
		Deviation from Linearity	104.761	28	3.741	.935	.566
	Within Groups		216.102	54	4.002		
Total			326.336	83			

CSR terhadap NPM

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
LNNPM * LNCSR	Between Groups	(Combined)	88.148	29	3.040	1.372	.156
		Linearity	1.007	1	1.007	.454	.503
		Deviation from Linearity	87.141	28	3.112	1.405	.141
	Within Groups		119.649	54	2.216		
Total			207.797	83			

LAMPIRAN 8

UJI

HETEROSKEDASTISITAS

1. CSR Terhadap ROE

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.265	1	1.265	1.569	.214 ^a
	Residual	66.091	82	.806		
	Total	67.356	83			

a. Predictors: (Constant), LNCSR

b. Dependent Variable: absolut residu

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.516	.349		4.349	.000
	LNCSR	.261	.209	.137	1.253	.214

a. Dependent Variable: absolut residu

2. CSR Terhadap ROA

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.228	1	.228	.326	.569 ^a
	Residual	57.290	82	.699		
	Total	57.518	83			

a. Predictors: (Constant), LNCSR

b. Dependent Variable: absolut residu

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.247	.325		3.843	.000
	LNCSR	.111	.194	.063	.571	.569

a. Dependent Variable: absolut residu

3. CSR Terhadap EPS

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5.325	1	5.325	4.626	.034 ^a
	Residual	94.399	82	1.151		
	Total	99.724	83			

a. Predictors: (Constant), LNCSR

b. Dependent Variable: absolut residu

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.482	.417		5.959	.000
	LNCSR	.536	.249	.231	2.151	.034

a. Dependent Variable: absolut residu

4. CSR Terhadap NPM

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.204	1	1.204	1.275	.262 ^a
	Residual	77.444	82	.944		
	Total	78.648	83			

a. Predictors: (Constant), LNCSR

b. Dependent Variable: absolut residu

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.826	.377		2.190	.031
	LNCSR	-.255	.226	-.124	-1.129	.262

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.826	.377		2.190	.031
LNCSR	-.255	.226	-.124	-1.129	.262

a. Dependent Variable: absolut residu

Pengobatan Heteroskedastisitas

CSR Terhadap EPS

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	37.069	2	18.535	6.270	.003 ^a
Residual	239.428	81	2.956		
Total	276.497	83			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.752	14.183		.194	.847
X1	2.850	8.544	.198	.334	.740
X2	-1.649	5.794	-.169	-.285	.777

a. Dependent Variable: Y

LAMPIRAN 9

UJI AUTOKORELASI

CSR terhadap ROE

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.033 ^a	.001	-.011	1.43324	1.311

a. Predictors: (Constant), LNCSR

b. Dependent Variable: LNROE

CSR terhadap ROA

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.006 ^a	.000	-.012	1.36844	1.255

a. Predictors: (Constant), LNCSR

b. Dependent Variable: LNROA

CSR terhadap EPS

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.980 ^a	.961	.961	.39384	1.059

a. Predictors: (Constant), Unstandardized Residual

b. Dependent Variable: LNEPS

CSR terhadap NPM

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.070 ^a	.005	-.007	1.58803	.847

a. Predictors: (Constant), LNCSR

b. Dependent Variable: LNNPM

Pengobatan Autokorelasi

CSR terhadap ROE

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.007	.148		.044	.965
CSRt_1	.344	.104	.344	3.296	.001

a. Dependent Variable: RES_1

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-3.419	.864		-3.956	.000
LNCSR_pLNCSRt_1	-.363	.413	-.097	-.877	.383

a. Dependent Variable: LNROE_pLNROEt_1

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.860	.330		-5.636	.000
LAGCSRt	.338	.104	.339	3.238	.002

a. Dependent Variable: CSRt

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.016 ^a	.000	-.012	1.35123	1.973

a. Predictors: (Constant), LNCSR@

b. Dependent Variable: LNROE@

CSR terhadap ROA

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.396	.436		-3.205	.002
LNCSR@	.057	.389	.016	.148	.883

a. Dependent Variable: LNROE@

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2.445	.759		-3.221	.002
LNCSR_pLNCSRt_1	.238	.371	.071	.644	.522

a. Dependent Variable: LNROA_pLNROAt_1

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.658	.309		-5.370	.000
LAGCSRt	.381	.102	.382	3.717	.000

a. Dependent Variable: CSRt

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.072 ^a	.005	-.007	1.27255	1.958

a. Predictors: (Constant), LNCSR@

b. Dependent Variable: LNROA@

CSR terhadap EPS

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.002	.038		-.054	.957
	CSRt_1	.469	.098	.470	4.793	.000

a. Dependent Variable: Unstandardized Residual

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.064	.095		42.890	.000
	LNCSR_pLNCSRt_1	1.152	.031	.972	37.512	.000

a. Dependent Variable: LNEPS_pLNEPSt_1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.935	.360		5.377	.000
	LAGCSRt	.470	.098	.471	4.800	.000

a. Dependent Variable: CSRt

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.980 ^a	.960	.960	.34929	1.914

a. Predictors: (Constant), LNCSR@

b. Dependent Variable: LNEPS@

CSR terhadap NPM

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.005	.143		.033	.974
	CSRt_1	.573	.092	.571	6.255	.000

a. Dependent Variable: Unstandardized Residual

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.632	.699		.903	.369
	LNCSR_pLNCSR_1	.471	.406	.128	1.160	.249

a. Dependent Variable: LNNPM_pLNNPM_1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.148	.287		4.006	.000
	LAGCSRt	.577	.091	.576	6.335	.000

a. Dependent Variable: CSRt

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.128 ^a	.016	.004	1.30251	1.867

a. Predictors: (Constant), LNCSR@

b. Dependent Variable: LNNPM@

LAMPIRAN 10

UJI REGRESI

1. CSR terhadap ROE

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.016 ^a	.000	-.012	1.35123	1.973

a. Predictors: (Constant), LNCSR @

b. Dependent Variable: LNROE @

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.040	1	.040	.022	.883 ^a
	Residual	147.891	81	1.826		
	Total	147.931	82			

a. Predictors: (Constant), LNCSR @

b. Dependent Variable: LNROE @

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.396	.436		-3.205	.002
	LNCSR @	.057	.389	.016	.148	.883

a. Dependent Variable: LNROE @

2. CSR terhadap ROA

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.072 ^a	.005	-.007	1.27255	1.958

a. Predictors: (Constant), LNCSR@

b. Dependent Variable: LNROA@

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.680	1	.680	.420	.519 ^a
	Residual	131.169	81	1.619		
	Total	131.849	82			

a. Predictors: (Constant), LNCSR@

b. Dependent Variable: LNROA@

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.674	.400		-4.190	.000
	LNCSR@	.240	.371	.072	.648	.519

a. Dependent Variable: LNROA@

3. CSR terhadap EPS

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.980 ^a	.960	.960	.34929	1.914

a. Predictors: (Constant), LNCSR@

b. Dependent Variable: LNEPS@

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	239.630	1	239.630	1964.070	.000 ^a
	Residual	9.883	81	.122		
	Total	249.512	82			

a. Predictors: (Constant), LNCSR@

b. Dependent Variable: LNEPS@

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.932	.038		50.396	.000
	LNCSR@	1.147	.026	.980	44.318	.000

a. Dependent Variable: LNEPS@

4. CSR terhadap NPM

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.128 ^a	.016	.004	1.30251	1.867

a. Predictors: (Constant), LNCSR@

b. Dependent Variable: LNNPM@

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.296	1	2.296	1.353	.248 ^a
	Residual	137.418	81	1.697		
	Total	139.714	82			

a. Predictors: (Constant), LNCSR@

b. Dependent Variable: LNNPM@

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.152	.312		3.698	.000
	LNCSR@	.472	.406	.128	1.163	.248

a. Dependent Variable: LNNPM@